

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMPAÑIA TEXTILERA CREACIONES
KAMUCHY LTDA**

JULIO DAVID VILLARREAL DIAZ

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2016**

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMPAÑIA TEXTILERA CREACIONES
KAMUCHY LTDA**

JULIO DAVID VILLARREAL DIAZ

**Monografía para optar por el título de Especialista en
Gerencia de Empresas**

**Orientador
RAFAEL VARGAS BARERRA
Ingeniero**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2016**

NOTA DE ACEPTACIÓN

—

—

—

—
Firma del Director de la Especialización

—
Firma del Calificador

Bogotá, D.C., Octubre de 2016

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Posgrados

Dra. Ana Josefa Herrera Vargas

Secretario General

Dr. Juan Carlos Posada García Peña

Decano Facultad de Educación Permanente y Avanzada

Dr. Luis Fernando Romero Suarez

Director Especialización en Gerencia de Empresas

Dr. Luis Fernando Romero Suarez

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores

DEDICATORIA

Dedico este título a Dios a mi familia y a todas las personas que hicieron parte de este proceso de aprendizaje.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a la compañía CREACIONES KAMUCHY LTDA. por darme la oportunidad de llevar a cabo estos estudios profesionales.

Agradezco a mi familia por estar siempre acompañándome en mis procesos de aprendizaje.

GLOSARIO

CONFORTER: Es un producto decorativo y utilitario para las camas que tiene como función decorar y usar aislante térmico. Está formado por 2 cortes de tela inferior y superior, y entre las dos telas hay una laminado de fibra de polietileno.

DUVET: Esta es un forro de tela que se utiliza con el fin de cubrir los plumones de plumas de animales o de fibras sintéticas.

HIPO ALÉRGICA: Que tiene bajo riesgo de reacciones alérgicas.

PLUMÓN: También conocida como cobija nórdica que cumple la función de una cobija convencional y son fabricados de plumas de animales o fibras sintéticas.

PRODUCCIÓN: Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.

PROVEEDOR: Persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos asociaciones o comunidades etc.

PROYECCIÓN DE VENTAS: La cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas.

PYG: Es el resumen de todos lo ingreso y todos los gastos que genera una organización durante un ejercicio contable.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	15
OBJETIVOS 16	
JUSTIFICACIÓN	17
1. GENERALIDADES	18
1.1 LA EMPRESA	18
1.1.1 Misión.	19
1.1.2 Visión	19
1.1.3 Calidad	19
1.1.4 Organigrama	19
1.1.5 Materias Primas.	21
1.1.6 Lista de Productos	21
1.1.6 Proveedores.	24
1.1.7 Clientes.	25
1.1.8 Ubicación.	27
2.1 ANÁLISIS DE DATOS	28
2.2 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE FACTURACIÓN	28
2.3 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LÍNEAS PRODUCTIVAS	32
3. ESTRATEGIA DE VENTAS	34
3.1 PROYECCIÓN DE VENTAS	34
3.2 ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO DE VENTA POR CLIENTE:	34
4. ESTRATEGIA DE PRODUCCION	36
4.1 DISEÑO DE PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE PRODUCCIÓN POR LÍNEA PRODUCTIVA	36
4.2 PROYECCIÓN DE INSUMOS PARA EL 2016	36
5. ESTRATEGIA FINANCIERA	38
5.1 PYG 2.015 – PYG 2.016	38
5.3 RECOMENDACIONES ÁREA DE COMPRAS	41
6. INDICADORES DE GESTION	42
7. SISTEMA DE INFORMACION INTEGRAL	43
7.1 IDENTIFICACIÓN DE NECESIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN	43
7.2 ANÁLISIS DE PROVEEDORES Y PROPUESTAS DE DIFERENTES SISTEMAS DE INFORMACIÓN	43
7.3 RECOMENDACIONES	44
8.CONCLUSIONES	45
9. RECOMENDACIONES	46
BIBLIOGRAFIA	47

LISTA DE GRAFICOS

	pág.
Grafico 1. Organigrama de la compañía	20
Grafico 2. Total ventas últimos 3 periodos.	34

LISTA DE IMAGENES

	pág.
Imagen 1. Almohadas	21
Imagen 2. Cubrecamas	21
Imagen 3. Plumones, Cobijas en plumas, Cobijas	22
Imagen 4. Duvets	22
Imagen 5. Protector de colchón y de almohada	23
Imagen 6. Toallas	23
Imagen 7. Juego de sabanas	24
Imagen 8. Ubicación Creaciones Kamuchy	27

LISTA DE IMAGENES

	pág.
Tabla 1. Ventas General 2.013 a 2.015	28
Tabla 2. Ventas Alkosto 2.013 – 2.015	29
Tabla 3. Ventas Modanova – Brissa 2.013 -2.015	30
Tabla 4. Ventas Mecanelectro – Sentry 2.013 – 2.015	30
Tabla 5. Ventas Industria Spring 2.013 – 2.015	31
Tabla 6. Ventas Almacenes Éxito 2.013 – 2.015	32
Tabla 7. PyG 2.015 Creaciones Kamuchy LTDA	38
Tabla 8. PyG proyectado 2.016	39

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Ventas kamuchy	49
Anexo B. Proyección ventas 2016	55
Anexo C. Proyectado 2016 Unidades- Costos	57
Anexo D. Necesida insumo Proyección	62
Anexo E y F	

RESUMEN

Plan estratégico dirigido a la compañía con el fin de brindar una herramienta gerencial que permita alinear el área comercial, productiva y financiera. Con el fin de que el proceso manufacturero de la compañía sea mucho más controlado y eficiente, haciendo uso de diferentes herramientas tales como proyecciones de ventas, consumos de materia prima proyectados, estrategias financieras con el fin de tener mejor flujo de caja, recomendaciones de compras y otras. Con todas estas herramientas es preciso esperar que una compañía que se encuentra en crecimiento logre estandarizar sus procesos y volverlos lo más óptimos posibles.

Palabras claves: Plan estratégico, Área financiera, Proyección, Materias primas.

INTRODUCCION

CREACIONES KAMUCHY LTDA. es una compañía dedicada a la fabricación de gran variedad de productos de lencería para el hogar y líneas hoteleras. Fue fundada en Abril de 1.992 y se ha ido consolidando en el mercado gracias a la excelente calidad de sus productos y su continua mejoría en todos los aspectos necesarios para lograr competir con grandes empresas de la Industria Textil.

La Industria Textil a nivel nacional tiene una gran demanda de competidores, esto obliga a las compañías a estar en una constante mejora para seguir avanzando en esta exigente industria. Es por esta razón que es *importante* no tener errores tanto en la producción como en la agilidad de la entrega de mercancías ya que esto podría generar en los clientes molestias que con el paso del tiempo podrían dar la pérdida del mismo.

Con el paso del tiempo, Creaciones Kamuchy LTDA ha ido creciendo como compañía de forma muy notoria lo cual ha generado como efecto que todos sus procesos administrativos cada día se hagan más robustos y complejos de controlar. Es por esta razón que la compañía al ser una empresa familiar con una importante cabeza al mando en Gerencia General llego a un punto donde sus excelentes capacidades de manejar y controlar una compañía no sean suficientes para hacer todo el trabajo estratégico de un empresa que cada día crece más y más apoderándose de gran parte de este mercado de textil hogar.

Lo que se desarrollar a continuación es lograr un efectivo alineamiento entre el área comercial, el área productiva, y el área financiera, donde se tenga como objetivo final tener una metodología y herramientas para lograr prepararse como compañía para las diferentes estacionalidades del año con muy buenos fundamentos de análisis y proyecciones donde se verá afectado positivamente todo el proceso a nivel general de manufactura de la compañía.

Se utilizará información de primera mano suministrada por la compañía para hacer el análisis con datos reales y que este desarrollo sea un futuro una herramienta útil para la toma de decisiones para la gerencia de la compañía.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer un plan estratégico para la compañía Creaciones Kamuchy Ltda. donde se relacionen las áreas de producción, ventas y financiera.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer objetivos estratégicos para el área de ventas.
- Establecer un plan de producción acorde con el plan estratégico de ventas, minimizando excesos de producción y evitando faltantes.
- Analizar la estructura financiera de la empresa.
- Establecer indicadores estratégicos para el área de ventas, producción, inventarios y financieros.
- Ubicar en el mercado un sistema de información o software que se ajuste a la operación de la compañía.

JUSTIFICACIÓN

Con el desarrollo de este trabajo se pretende realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Creaciones Kamuchy Ltda, para posteriormente hacer un planteamiento de una estrategia corporativa para las áreas de ventas, finanzas y producción.

Una vez se plantee el diagnóstico de la situación en las diferentes áreas, se lograrán identificar los diferentes problemas y puntos débiles tanto en la planeación como en la ejecución, lo que dará luz al camino a seguir para el planeamiento estratégico.

Con la estrategia corporativa que resulte de este trabajo, se buscará generar una ruta a seguir que sea fiel a la misión y visión de la empresa y que a su vez maximice los recursos y busque el crecimiento y mayor rentabilidad de la compañía tanto en el mediano como en el largo plazo.

1. GENERALIDADES

1.1 LA EMPRESA

Es una sociedad familiar constituida en 1992 en la ciudad de Bogotá por Blanca Inés Jaramillo, que aprovechando sus experiencias en empresas similares, quiso iniciar su propia compañía con el objeto de aplicar y desarrollar sus conocimientos en la elaboración de ropa de hogar.

La compañía contaba con una cantidad reducida: 4 máquinas de coser planas, dos fileteadoras, una cortadora de tela y una mesa para extender.

A través de los años, la empresa fue posesionándose en el mercado gracias a la excelencia de sus productos y la durabilidad de los mismos, generando en los clientes confianza y tranquilidad al momento de hacer solicitudes de compra. Aproximadamente en el año de 1.998 la planta de producción se trasladó de la carrera 30 con primera de mayo al sector de chapinero donde se hizo la instalación no solo de la planta de fabricación, sino también de un punto de venta al público.

Después de obtener un mayor estatus en el mercado textil, CREACIONES KAMUCHY adquirió un paquete de telares Dornier tipo Jacquard con la idea de tejer su propia toalla virgen. Además de esta adquisición, contrató a las personas adecuadas para la construcción de una máquina con la capacidad de fabricación de colchas y protectores de colchón, entre otros.

Alrededor de 15 años después, la compañía invirtió en la construcción de su actual planta de producción ubicada a los alrededores de la ciudad de Bogotá en el municipio de Funza-Cundinamarca con una extensión de aproximadamente de 3000 metros cuadrados.

En la actualidad la compañía cuenta con una gran variedad de proveedores y clientes a nivel nacional e internacional tanto a nivel institucional como comercial.

El portafolio de productos de Creaciones Kamuchy incluye juegos de sábanas con diferentes tonos y calidades que se encuentran entre un rango de 132 hilos hasta 1.000 hilos dependiendo de las exigencias del cliente. También colchas o acolchados de distintos grosores de guata y distintas clases según petición, además de llevar las variedades costuras y terminados.

Almohadas de toda calidad, tamaño, color, material de fabricación y confort que se pueda encontrar en el mercado. Existe también una línea de productos fabricada con diferentes tipos de plumas (pato y ganso). Estos productos son almohadas y plumones de diferentes tamaños y pesos. Se tejen toallas de diferentes materias

primas (algodón – poliéster), pesos, tonos, tejidos, tamaños y se pueden plasmar logos dentro de esta, sin importar la complejidad de este.

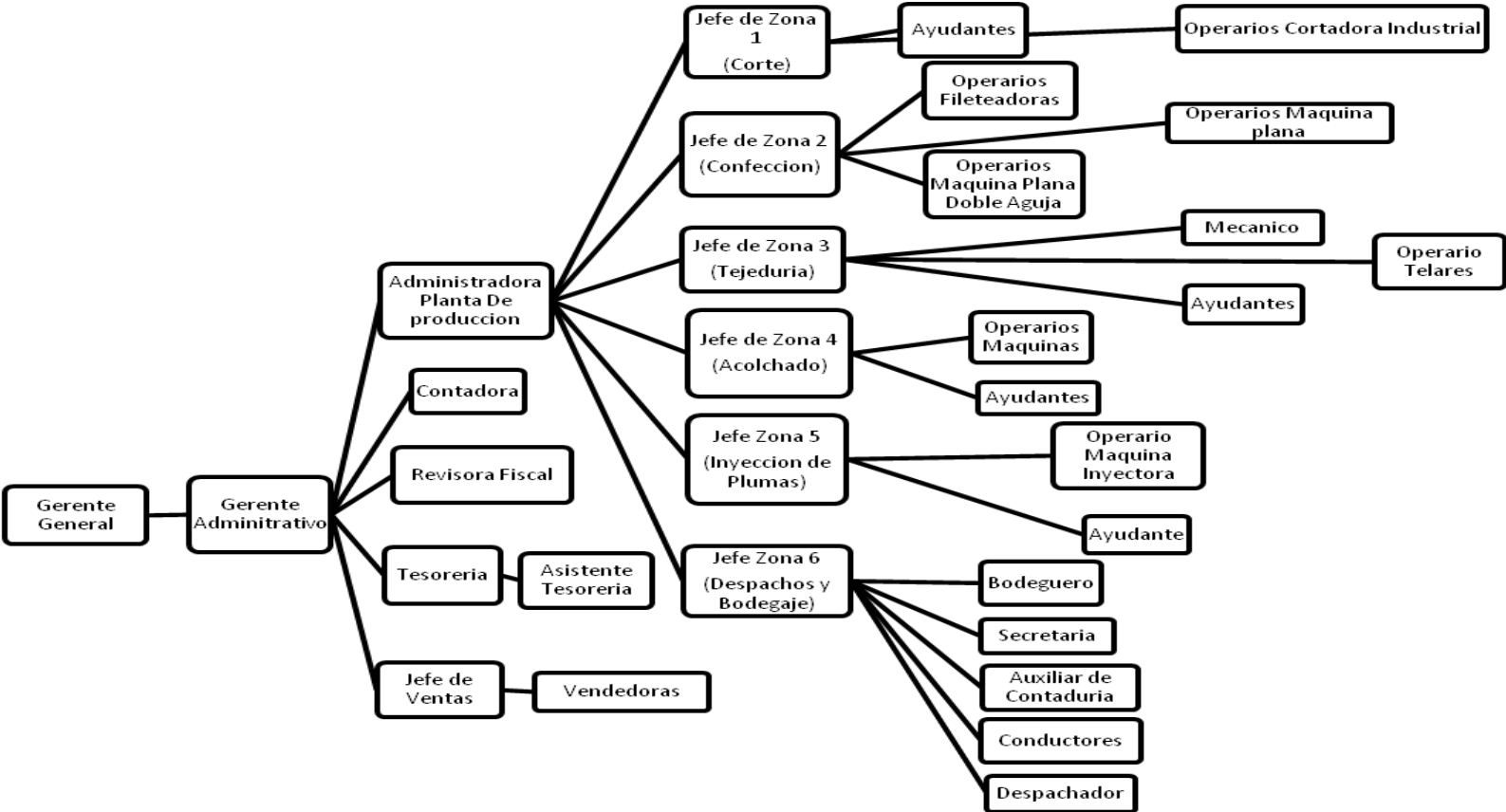
1.1.1 Misión. Satisfacer las necesidades de nuestros clientes fabricando y comercializando productos de la más alta calidad, durabilidad y diseño para ser pioneros en la elaboración de ropa de hogar apoyando el bienestar de nuestros colaboradores.

1.1.2 Visión. Creaciones Kamuchy LTDA. será reconocida nacional e internacionalmente como una compañía líder en el desarrollo de productos para el hogar y para el mercado institucional.

1.1.3 Calidad. Creaciones Kamuchy LTDA. es reconocida por la calidad de sus productos y la durabilidad de los mismos ya que se cuentan con proveedores de muy alta calidad y el producto cuando está terminado debe pasar por un riguroso filtro de calidad que está controlado por profesionales en el tema de textiles y acabados.

1.1.4 Organigrama

Grafico 1. Organigrama de la compañía



Fuente. Creaciones Kamuchy

1.1.5 Materias Primas. Tela lisa 100% algodón de (132-144-180-200-220-240-300-320-500-1.000-2.000 hilos, telas estampadas algodón poliéster, tela tipo matlase, conos hilos de diferentes porcentajes, colores, tensiones, vueltas y tonos, guata de diferentes gramajes, rellenos siliconados, plumas de pato y ganso.

1.1.6 Lista de Productos. Los principales productos son:

- ✓ Almohadas Anatómicas
- ✓ Almohada en 100% microfibra
- ✓ Almohada en viscoelástico
- ✓ Almohada de Plumas de pato y de ganso

Imagen 1. Almohadas



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Cubrelechos y Cubrecamas: Telas nacionales e importadas

Imagen 2. Cubrecamas



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Plumones: Relleno en fibras importadas de 100% poliéster huecas, siliconadas y alto rizado. Fibras con múltiples rasgos como: *denier*, suaves y de rápida recuperación elaboradas con procesos anti hongos, anti bacteriales, anti flama e hipoalergénicos.
- ✓ Cobijas en plumas: de pato y de ganso.
- ✓ Cobijas antialérgicas: Hipoalergénicas, anti flama, anti bacteriales en 100% poliéster.

Imagen 3. Plumones, Cobijas en plumas, Cobijas



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Duvet: Forro para plumón en una amplia variedad de diseños

Imagen 4. Duvets



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Protectores acolchados para almohada y colchón: Acolchados doble faz, protectores en Tela impermeable 100% poliéster. Protectores en Terry poliéster algodón impermeable.

Imagen 5. Protector de colchón y de almohada



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Toallas: De diferente altura de rizo, peso y tonos; con logo o sin logo

Imagen 6. Toallas



Fuente. Creaciones Kamuchy

- ✓ Ropa de cama en géneros desde 144 hasta 1.000 hilos en mezclas de poliéster-algodón

Imagen 7. Juego de sabanas



Fuente. Creaciones Kamuchy

1.1.6 Proveedores. Creaciones Kamuchy cuenta con una gama de proveedores a nivel nacional como internacional con estándares de la más alta calidad.

Cuadro 1. Lista de proveedores

Producto	Empresa
Telas	Texti Hogar LTDA.
	Comertex S.A.
	Riperme LTDA.
	C.I. Avetex S.A.
	Intexco S.A.
	Alphatex S.A.
	Decofabrics S.A.
	Colombiana de Comercio S.A.
	Sutex S.A.
	Lafayette S.A.
	Colteantioquia S.A.
	SI S.A.
	Piramide Textil LTDA.
	Hilat S.A.
	Textiles 1x1 S.A.
	Textiles Margareth S.A.
	Covetex S.A.
	Fabrica de Textiles Textrama S.A.
	Manufactural Eliot S.A.
	Sayme Ltda.
	O.M.R. Textiles LTDA.
	Industrias de Algodón LTDA
	Expotela S.A.
Guata	Industrias Thamer LTDA.
	Protela S.A.
	Guatas y Aplicaciones Industriales & Cia LTDA.
Fibra	Invista Colombia S.A.
	C.I. Avetex S.A.
Forro	Toptex S.A.
Cobijas	Idea Central S.A.S.
	Industrial Persa S.A.
	Manterol LTDA.
Hilazas	Hilanderias Universal LTDA.

1.1.7 Clientes. Creaciones Kamuchy se desenvuelve mucho en el mercado nacional a nivel de clientes de línea institucional y clientes de línea comercial.

Cuadro 2. Clientes nacionales e internacionales

Tipo de cliente	Clientes Nacionales
Almacenes de Cadena Nacionales	Almacenes ÉXITO S.A.
	Easy de Colombia S.A.
	Alkosto S.A.
	Cafam
	Colsubsidio
	Los Tres Elefantes S.A.
	Grandes Superficies de Colombia S.A.
	Sodimac Corona S.A.
	Supra S.A.
	Modanova S.A.
	Tugo S.A.
	Mecanelectro S.A.
Hoteles Nacionales	Hoteles Charleston Casa Medina
	Hotel Torre Cali
	Hotel Tocarema
	Hotel Marriot
	Hotel Soratama
	Hotel Santa Clara
	Hotel Parque Royal
	Hotel Las Lomas
	Hotel de Pereira
	Hotel de al Ville
	Hotel Dann Cartone
	Hotel Dann Combeima
	Hotel Chicala LTDA.
	Hotel Charlotte Bogotá
	Hotel Lord Pierre
	Hotel Portobelo
	Hotel Sol Caribe
	Hotel Calipso Beach
	Hotel Casa Blanca
	Hotel Intenacional Sunrise Beach de San Andre
	Aviatur Tayrona
Clientes internacionales	Hotel Royal Decameron Club Caribbean (Jamaica)
	Hotel Decameron El Salvador S.A. (Salvador)
	Hotel Club de Playas Salinas (Salvador)
	Hoteles Decameron (Panama)

1.1.8 Ubicación. Creaciones Kamuchy se encuentra dividida en dos puntos, la sucursal de oficinas en la localidad de chapinero-Bogotá y la planta de producción en el municipio de Funza-Cundinamarca a los alrededores de la ciudad de Bogotá.

Imagen 8. Ubicación Creaciones Kamuchy



Fuente. <http://maps.google.es/>

2. ANÁLISIS DE DATOS

2.1 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE FACTURACIÓN

Creaciones Kamuchy Ltda es una compañía textilera que haciendo análisis de los últimos tres años, ha tenido un crecimiento lineal promedio de 13,88% por ciento en el periodo comprendido entre el año 2.013 y el año 2.015. En el anexo A se encuentra el análisis general.

Los resultados se evidencian en la siguiente tabla:

Tabla 1. Ventas General 2.013 a 2.015

MES		AÑO 2013		2014		2015
ENERO	\$	413.278.187	\$	652.233.072	\$	704.658.361
FEBRERO	\$	617.551.219	\$	758.233.603	\$	822.973.193
MARZO	\$	446.962.181	\$	576.853.515	\$	896.846.391
ABRIL	\$	695.727.374	\$	688.379.462	\$	972.266.287
MAYO	\$	526.452.391	\$	723.531.675	\$	756.938.400
JUNIO	\$	689.358.033	\$	613.544.460	\$	689.993.384
JULIO	\$	737.957.419	\$	823.435.631	\$	792.466.986
AGOSTO	\$	995.115.937	\$	903.960.176	\$	1.047.879.696
SEPTIEMBRE	\$	741.000.712	\$	1.118.462.829	\$	1.227.171.518
OCTUBRE	\$	887.595.350	\$	1.037.503.887	\$	1.052.595.632
NOVIEMBRE	\$	658.415.572	\$	826.019.099	\$	918.893.034
DICIEMBRE	\$	806.118.152	\$	899.837.319	\$	1.196.282.571
Total general	\$	8.215.532.527	\$	9.621.994.728	\$	11.078.965.453

Adicional cabe resaltar que el crecimiento lineal es debido a la calidad de sus productos y al buen servicio que presta, mas no a la mejora de sus procesos tanto productivos como financieros y comerciales.

Esto debido a que por ser una empresa familiar todos los procesos pasan por el gerente general haciendo de estos sean muy lentos y burocráticos, es por ende que se propone una sistematización de los procesos tanto comerciales, productivos y financieros.

Al analizar la tabla x se evidencia que pese que la compañía tiene un crecimiento en ventas del 13.8% anual, el 74% del total de sus ventas se refleja solo en 5 clientes lo cual es una clara señal que no hay planeación en las ventas ni tampoco se tiene planeado lograr un mayor universo de clientes, esto debido a que el área comercial no tiene contacto con el área productiva ni tampoco de logística, por lo cual no se

tiene una planeación de la demanda exacta, lo que injiere en faltas graves como lo son agotados de mercancías, entregas incompletas, falta de clientes para facturación, stock muy altos, inventarios a más de un año.

Para lo cual se concluye realizar un modelo de planeación de la demanda donde haya una alineación de todas las áreas de la organización, logrando con esto una optimización de los recursos tanto capitales como de talento humano.

2.3 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO CLIENTES

Creaciones Kamuchy Ltda es una compañía que tiene 24 de años de trayectoria en el mercado textil y se ha posesionado con el paso de los años en diferentes mercados donde se pueden hacer alianzas con grandes marcas distribuidoras, almacenes de cadena, tiendas especializadas y así lograr acaparar varios mercados de los diferentes sectores.

A continuación en las siguientes tablas se encontraran los 5 clientes más significativos de la compañía y su comportamiento en ventas durante los años 2.013 a 2.015.

Tabla 2. Ventas Alkosto 2.013 – 2.015

MES		2013	2014	2015
ENERO	\$	\$	53.826.900	\$ 41.354.000
FEBRERO	\$	\$	50.088.400	\$ 75.248.550
MARZO	\$	\$	93.649.500	\$ 168.188.330
ABRIL	\$	\$	169.931.020	\$ 318.303.540
MAYO	\$	\$	187.289.856	\$ 176.601.700
JUNIO	\$	\$	144.403.550	\$ 88.386.500
JULIO	\$	\$	229.631.150	\$ 193.741.200
AGOSTO	\$	\$	355.656.950	\$ 287.703.060
SEPTIEMBRE	\$	\$	163.973.200	\$ 109.473.900
OCTUBRE	\$	\$	253.374.200	\$ 254.862.700
NOVIEMBRE	\$	\$	201.101.900	\$ 213.440.950
DICIEMBRE	\$	\$	113.238.550	\$ 290.099.300
Total general	\$	\$	2.016.165.176	\$ 2.217.403.730

Alkosto es un almacén distribuidor que cuenta con tiendas a nivel nacional las cuales se encuentran muy bien sectorizadas y dentro de su portafolio cuenta con una línea de productos de cama. Alkosto es el cliente número uno de la compañía y su crecimiento es muy notorio año a año. Y cubre varios segmentos de mercado (diferentes niveles económicos), por lo que cuenta con diferentes líneas, Premium y económica.

Tabla 3. Ventas Modanova – Brissa 2.013 -2.015

MES		2013	2014	2015
ENERO	\$	45.224.418	\$ 34.804.027	\$ 125.497.098
FEBRERO	\$	169.728.853	\$ 213.679.668	\$ 168.037.771
MARZO	\$	160.882.054	\$ 176.303.230	\$ 124.775.157
ABRIL	\$	158.916.817	\$ 145.720.375	\$ 114.793.839
MAYO	\$	149.969.075	\$ 174.649.337	\$ 119.073.686
JUNIO	\$	164.588.589	\$ 131.950.847	\$ 129.488.850
JULIO	\$	182.834.219	\$ 137.417.319	\$ 164.494.450
AGOSTO	\$	239.355.218	\$ 137.735.922	\$ 188.985.540
SEPTIEMBRE	\$	201.539.472	\$ 161.517.886	\$ 132.599.150
OCTUBRE	\$	185.411.364	\$ 140.724.341	\$ 100.585.500
NOVIEMBRE	\$	174.158.005	\$ 154.792.430	\$ 158.408.630
DICIEMBRE	\$	321.734.622	\$ 280.779.792	\$ 232.675.350
Total general	\$	2.154.342.706	\$ 1.890.075.174	\$ 1.759.415.021

Modanova – Brissa es un cliente que cuenta con tiendas especializadas de hogar las cuales se encuentran situadas en segmentos medianos y altos (a nivel económico). Este cliente cuenta con productos de alta gama los cuales tienen un alto costo de fabricación pero con un alto margen de utilidad.

En la tabla 5. se logra apreciar que este cliente ha venido presentando un decrecimiento notorio donde hay que enfocar la atención ya que siempre ha sido un aliado estratégico para la compañía durante todo el crecimiento corporativo con el pasar de los años.

Tabla 4. Ventas Mecanelectro – Sentry 2.013 – 2.015

MES		2013	2014	2015
ENERO	\$	86.933.716	\$ 181.557.659	\$ 127.994.480
FEBRERO	\$	147.456.498	\$ 157.437.179	\$ 194.663.876
MARZO	\$	69.291.747	\$ 46.337.367	\$ 146.412.485
ABRIL	\$	69.817.689	\$ 67.203.135	\$ 96.605.027
MAYO	\$	70.464.658	\$ 85.328.967	\$ 86.335.634
JUNIO	\$	78.620.440	\$ 73.393.326	\$ 51.414.268
JULIO	\$	61.742.343	\$ 182.346.101	\$ 134.833.582
AGOSTO	\$	108.362.948	\$ 156.145.090	\$ 107.266.602
SEPTIEMBRE	\$	63.803.822	\$ 99.805.371	\$ 113.115.898
OCTUBRE	\$	67.668.918	\$ 162.681.156	\$ 172.972.576
NOVIEMBRE	\$	89.297.628	\$ 125.849.589	\$ 157.317.442
DICIEMBRE	\$	109.746.193	\$ 84.875.999	\$ 110.619.256
Total general	\$	1.023.206.600	\$ 1.422.960.939	\$ 1.499.551.126

Mecanelectro - Sentry es una tienda distribuidora de diferente productos para el hogar, cuenta con tiendas a nivel nacional y su segmentación de mercado es mediano y alto (nivel económico). Su portafolio de línea hogar cuenta con una alta variedad de productos.

Este cliente tuvo un fuerte crecimiento entre el año 2.013 y 2.014 y logró mantenerse en el año 2.015 como un cliente clave para la compañía.

Tabla 5. Ventas Industria Spring 2.013 – 2.015

ENERO	\$	98.724.200	\$	95.697.180	\$	186.119.467
FEBRERO	\$	137.853.984	\$	183.574.501	\$	195.757.237
MARZO	\$	21.973.946	\$	111.819.757	\$	141.414.820
ABRIL	\$	125.765.903	\$	95.711.160	\$	186.628.225
MAYO	\$	104.896.445	\$	55.780.443	\$	176.630.850
JUNIO	\$	194.881.941	\$	113.797.800	\$	188.129.200
JULIO	\$	260.266.364	\$	85.568.300	\$	154.147.600
AGOSTO	\$	248.245.337	\$	104.905.700	\$	143.937.060
SEPTIEMBRE	\$	236.238.113	\$	144.276.200	\$	196.398.950
OCTUBRE	\$	109.104.990	\$	274.978.660	\$	79.828.400
NOVIEMBRE	\$	149.898.406	\$	92.128.547	\$	119.904.900
DICIEMBRE	\$	225.823.694	\$	122.391.400	\$	199.891.300
Total general	\$	1.913.673.323	\$	1.480.629.648	\$	1.968.788.009

Industrias Spring es uno de los clientes colchoneros con los que cuenta Kamuchy que tiene como valor agregado que a la hora de hacer compras de colchones va atada la compra de la ropa de cama, mejorando así el servicio a sus clientes.

Spring tuvo un decrecimiento entre los años 2.013 y 2.014, pero en el año 2.015 presentó un crecimiento que afirmó su participación importante en las ventas de la compañía.

Tabla 6. Ventas Almacenes Éxito 2.013 – 2.015

MES		2013	2014	2015
ENERO	\$	24.025.479	\$ 14.541.548	
FEBRERO	\$	24.648.971	\$ 15.932.512	\$ 70.082.000
MARZO	\$	32.140.436	\$ 18.612.581	\$ 87.447.996
ABRIL	\$	78.811.526	\$ 54.234.888	\$ 13.656.000
MAYO	\$	32.449.355	\$ 69.122.787	\$ 13.032.000
JUNIO	\$	65.926.578		\$ 27.021.000
JULIO	\$	24.091.177	\$ 63.114.830	\$ 60.032.000
AGOSTO	\$	19.949.163	\$ 23.921.298	\$ 14.869.000
SEPTIEMBRE	\$	14.267.111	\$ 264.118.200	\$ 249.090.800
OCTUBRE	\$	292.653.364	\$ 19.304.968	\$ 82.979.000
NOVIEMBRE	\$	22.507.063	\$ 10.254.423	\$ 52.973.000
DICIEMBRE	\$	27.005.318	\$ 32.494.000	\$ 81.996.000
Total general	\$	658.475.541	\$ 585.652.035	\$ 753.178.796

Almacenes Éxito es un aliado de Kamuchy LTDA donde año tras año tiene un fuerte pico durante una estacionalidad puntual en el año que es la provisión de productos navideños. Almacenes Éxito es el cliente número 1 de la temporada navideña cada año. Este cliente es un aliado de hace muchos años de la compañía que siempre ha sido de vital importancia para las ventas de la compañía.

En el anexo A se encuentra en análisis minucioso de todos los clientes anteriormente nombrados.

2.4 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LÍNEAS PRODUCTIVAS

Creaciones Kamuchy LTDA cuenta con una gran variedad de productos para el hogar donde la compañía con el paso de los años día a día ha venido buscando que los procesos de moda, fabricación y tendencia sean muy bien acogidos por todos los mercados

Kamuchy cuenta con diferentes líneas de productivas que son:

- Juegos de cama y Duvets
- Plumones
- Conforters
- Protectores de colchón
- Almohadas
- Cobijas
- Cojines
- Accesorios (Pieceros, sarongs, mantelería)

Kamuchy al ir creciendo como empresa, los procesos de fabricación han ido volviéndose más complejos de medir y controlar. En donde la compañía se ha visto envuelta en retrasos a la hora de producir, sobre costos, excesos de inventarios y errores que finalmente afectan al cliente.

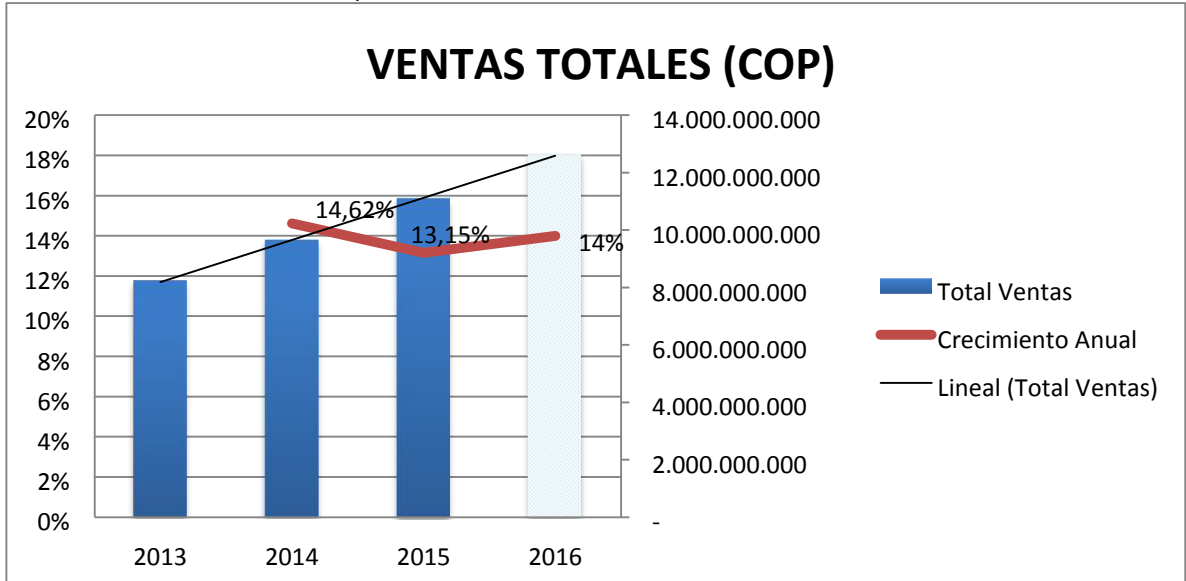
Como objetivo de este documento se desarrollará un sistema de control donde se comenzará a hacer uso de herramientas que ayudarán al departamento de planeación a manejar de forma más objetiva la producción y que se logre producir de forma más premeditada evitando sobre costos, faltante de materia prima, excesos de inventarios.

3. ESTRATEGIA DE VENTAS

3.1 PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo a la siguiente gráfica se ve como ha sido el comportamiento de crecimiento lineal acorde a los últimos tres años.

Grafico 2. Total ventas últimos 3 periodos.



Entre el año 2013 y 2014 se presentó un crecimiento del 14.61% y entre el 2014 y el 2.015 con un crecimiento del 13.15%. Acorde a esto se hará una proyección de crecimiento de ventas del 14% esperando ventas de \$ 12.630.020.617 para el año 2016.

3.2 ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO DE VENTA POR CLIENTE:

Tabla 9. Proyección de ventas 5 clientes principales

	2013			2014				2015			
	Ventas	Part.Ppal Clientes	Part. Total Vts	Ventas	Part.Ppal Clientes	Part. Total Vts	Crecimiento	Ventas	Part.Ppal Clientes	Part. Total Vts	Crecimiento
ALKOSTO	1.172.337.560	17%	14%	2.016.165.176	27%	21%	42%	2.217.403.730	27%	20%	9%
SPRING	1.913.673.323	28%	23%	1.480.629.648	20%	15%	-29%	1.968.788.009	24%	18%	25%
BRISSA	2.154.342.706	31%	26%	1.890.075.174	26%	20%	-14%	1.759.415.021	21%	16%	-7%
SENTRY	1.023.206.600	15%	12%	1.422.960.939	19%	15%	28%	1.499.551.126	18%	14%	5%
ALMACENES ÉXITO	658.475.541	10%	8%	585.652.035	8%	6%	-12%	753.178.796	9%	7%	22%
TOTAL PPAL CLIENTES	6.922.035.730			7.395.482.972			6%	8.198.336.682			10%
TOTAL COMPAÑÍA	8.215.532.527			9.621.994.728			14,6%	11.078.965.453			13,2%
Part. Clientes Claves	84%			77%				74%			

Tras un análisis de los últimos tres años de las ventas, se concluye:

- ✓ Las ventas están concentradas en 5 clientes principales, con un peso en promedio del 78% del total de las ventas
- ✓ La contribución de cada uno de estos clientes claves ha sido constante en los últimos años, pero su crecimiento anual no ha sido congruente con el peso que tienen.

Teniendo en cuenta las consideración anteriores, para el 2016 las proyecciones de ventas están basadas en las siguientes consideraciones:

- ✓ Un crecimiento del 14% en ventas vs. 2015, con el objetivo de gradualmente lograr que los clientes claves representen el 80% del total de las ventas como ya se tuvo en años anteriores (2013)
- ✓ Los clientes claves tendrán una participación del 75% del total de las ventas ✓
La participación por cliente en 75% del total de las ventas será:
 - Colombiana de Comercio-Alkosto → 27%
 - Spring → 24% ○ Modavona-Brissa → 21%
 - Mercaelectro-Home Sentry → 18% ○ Almacenes Éxito → 9%
- ✓ Se tendrá en cuenta la estacionalidad de las ventas, basada en un análisis de los años anteriores

Ver anexo B Análisis Proyección de Ventas 2016.

4. ESTRATEGIA DE PRODUCCION

4.1 DISEÑO DE PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE PRODUCCIÓN POR LÍNEA PRODUCTIVA

Por el momento la compañía tiene un sistema de producción sobre órdenes de compra generadas por el cliente y ejecución de esta misma por el equipo productivo de la compañía.

Uno de los objetivos del diseño de programa de seguimiento es hacer un acompañamiento más de cerca a las líneas productivas y poder tener una medida más aproximada de los tiempos de ejecución de órdenes de trabajo.

Lo primero, es diseñar un sistema de información que va estar formado por una serie de documentos digitales de seguimiento en las partes claves y vitales de las líneas productivas. Estos documentos serán diligenciados por unos líderes asignados por línea y función prioritaria será la consecución de todas las órdenes de trabajo a cabalidad y justo a tiempo.

Se incorporarán a la compañía estaciones de información, los cuales serán equipos tecnológicos que tengan la capacidad de ejecutar en excelentes condiciones la herramienta digital Google apps, principalmente la aplicación Google drive y ofimática para móviles. Esta herramienta se incorporará en el proceso productivo con el fin de obtener información y control de la producción en tiempo real.

Los formatos que se utilizarán para controlar la producción van estrictamente alineados con la certificación ISO – 9001 que es una herramienta y sello de calidad que se está buscando obtener en la compañía. Los formatos de producción se encontrarán en el anexo F. Cada formato de estos va acorde con cada línea de producción donde se pondrán a funcionar.

La razón por la cual se iniciará con la herramienta digital Google apps es con el fin de preparar a todo el equipo productivo a trabajar con una interfaz digital la cual, con el paso del tiempo se convertirá en una herramienta global para la compañía, enlazará, no solamente, los procesos productivos sino que también tendrá la capacidad de alinear la gran mayoría de procesos administrativos y así poder tener una herramienta gerencial que tenga la capacidad de dar un panorama global del estado de la compañía.

4.2. PROYECCIÓN DE INSUMOS PARA EL 2016

Actualmente la compañía no cuenta con un sistema de presupuesto, control y seguimiento de los insumos críticos. Se tuvo en cuenta las proyecciones de ventas (Capítulo 2) como base para la presupuestar los posibles consumos de insumos por

línea productiva (Ver anexo D). Tener un análisis detallado de los consumos por insumo por línea de producción trae como beneficios:

- Disponibilidad de insumos: basado en la proyección de ventas (Capítulo 2), se puede proyectar de manera más acertada la necesidad de insumos que se tendrá en el 2016. Con esta visión anual de los consumos, se pueden lograr negociaciones con proveedores con beneficios como descuentos por volumen, descuentos por pronto pago, entre otros. Este tipo de negociaciones permiten fortalecer las relaciones con los proveedores y tener un tiempo de respuesta a contingencias más acelerado.
- Asignación presupuestal: dar a la alta gerencia una clara visión de las necesidades financieras del área productiva en términos de inventarios de materia prima, lo que permitirá un análisis y proyección financiera más acertado para los próximos años.
- Definición de la necesidad de almacenamiento y gestión de inventarios: las proyecciones para los próximos años de los posibles consumos de insumos basados en los volúmenes proyectados de ventas, permitirán tomar decisiones a tiempo de las necesidades de almacenamiento de insumos en cuanto a espacio, fuerza laboral y herramientas para el control y seguimiento de los consumos.
- Seguimiento, manejo y control de los insumos: Las proyecciones de insumos son una fuente de información importante para el proceso de seguimiento y control del consumo de los insumos. Permitirá identificar desviaciones significativas de los consumos y atacar a tiempo y de manera efectiva fuentes de desperdicio y mal manejo de los insumos.

5. ESTRATEGIA FINANCIERA

5.1 PYG 2.015 – PYG 2.016

A continuación se presentará el PyG de la compañía del año 2.015 el cual nos muestra cual es el resultado de todas operaciones de la compañía durante este año, y finalmente nos da una realidad de cómo se encuentra la compañía a la hora de hablar de dinero, utilidades y crecimiento.

Tabla 7. PyG 2.015 Creaciones Kamuchy LTDA

CREACIONES KAMUCHY LTDA		
PYG		
(VALORES EXPRESADOS EN PESOS COLOMBIANOS)		
	AÑO	
	2.015	
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	15.646.088.361.00	
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	15.646.088.361.00	
COSTO DE VENTA		
COSTO OPERACIONAL	-	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	4.921.883.850.00	
GASTOS OPERACI. DE ADMINISTRACION		
GASTOS DE PERSONAL	-200.921.294.00	
HONORARIOS	-256.891.904.00	
IMPUESTOS	-10.044.328.00	
ARRENDAMIENTOS	-361.213.401.00	
SEGUROS	-29.305.541.00	
SERVICIOS	-130.664.779.00	
GASTOS LEGALES	-37.311.924.00	
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	-40.053.232.00	
ADECUACION E INSTALACIONES	-3.747.115.00	
DEPRECIACION	-121.399.980.00	
TOTAL GASTOS OPE. DE	-1.191.553.498.00	
GASTOS OPERACI. DE VENTAS		
GASTOS DE PERSONAL	-272.865.892.00	
IMPUESTOS	-94.393.000.00	
SEGUROS	-24.814.339.00	
SERVICIOS	-1.029.861.034.00	
GASTOS LEGALES	-171.511.126.00	
ADECUACIONES E INSTALACIONES	-182.400.00	
GASTOS DE VIAJE	-4.675.947.00	
¿	-102.466.890.00	
DIVERSOS	-38.133.118.00	
TOTAL GASTOS OPE. DE VENTA	-1.738.903.746.00	
UTILIDAD OPERACIONAL	1.991.426.606.00	

Tabla 7. (Continuación)

GASTOS NO OPERACIONALES	
FINANCIEROS	-655.688.621,00
GASTOS Y COSTOS DE EJERCICIOS	-939.016.116,00
IMPUESTOS ASUMIDOS	-100.995.524,00
IMPUESTO A LA EQUIDAD	-182.518.000,00
IMPUESTO A LAS GANACIAS	-2.117.000,00
MULTAS SANCIONES Y LITIGIOS	-32745619
AJUSTE AL PESO	-80756
DIFERENCIAS EN PAGOS SEGURIDAD	-4547422
ARRIENDOS	-49916270
IVA MAYOR VR. DEL GASTO	-12.134.645,00
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	-1.979.759.973,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	11.666.633,00
IMPUESTO DE RENTA	-402.199.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-390.532.367,00

Con base en la tabla anterior se puede observar y determinar que la compañía a pesar de presentar un crecimiento lineal durante los últimos años la utilidad del ejercicio no es positiva, dejando pérdidas por 390.532.367 millones de pesos.

A continuación se presentará un PyG proyectado para el año 2.016 donde se tomaron como variables de crecimiento el 14% proyectado para los 5 principales clientes y un 8% de inflación que presenta el país actualmente.

Tabla 8. PyG proyectado 2.016

CREACIONES KAMUCHY LTDA	
PYG	
LORES EXPRESADOS EN PESOS COLOMBIANO	
	AÑO
	2.016
INGRESOS OPERACIONALES	
VENTAS	17.197.143.524,43
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	17.197.143.524,43
COSTO DE VENTA	
COSTO OPERACIONAL	-11.582.140.871,88
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	5.615.002.652,55
GASTOS OPERACI. DE ADMINISTRACION	
GASTOS DE PERSONAL	-216.994.997,52
HONORARIOS	-277.443.256,32
IMPUESTOS	-10.847.874,24
ARRENDAMIENTOS	-390.110.473,08

Tabla 8. (Continuación)

SEGUROS	-31.649.984,28
SERVICIOS	-141.117.961,32
GASTOS LEGALES	-40.296.877,92
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	-43.257.490,56
ADECUACION E INSTALACIONES	-4.046.884,20
	0,00
DEPRECIACION	-131.111.978,40
	0,00
TOTAL GASTOS OPE. DE ADMINISTRACION	-1.286.877.777,84
GASTOS OPERACI. DE VENTAS	
GASTOS DE PERSONAL	-294.695.163,36
IMPUESTOS	-101.944.440,00
SEGUROS	-26.799.486,12
SERVICIOS	-1.112.249.916,72
GASTOS LEGALES	-185.232.016,08
ADECUACIONES E INSTALACIONES	-196.992,00
GASTOS DE VIAJE	-5.050.022,76
¿	-110.664.241,20
DIVERSOS	-41.183.767,44
TOTAL GASTOS OPE. DE VENTA	-1.878.016.045,68
UTILIDAD OPERACIONAL	2.450.108.829,03
GASTOS NO OPERACIONALES	
FINANCIEROS	-708.143.710,68
GASTOS Y COSTOS DE EJERICICOS	-1.014.137.405,28
IMPUESTOS ASUMIDOS	-109.075.165,92
IMPUESTO A LA EQUIDAD	-197.119.440,00
IMPUESTO A LAS GANACIAS	-2.286.360,00
MULTAS SANCIONES Y LITIGIOS	-35.365.268,52
AJUSTE AL PESO	-87.216,48
DIFERENCIAS EN PAGOS SEGURIDAD	-4.911.215,76
ARRIENDOS	-53.909.571,60
IVA MAYOR VR. DEL GASTO	-13.105.416,60
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	-2.138.140.770,84
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	311.968.058,19
IMPUESTO DE RENTA	-434.374.920,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-122.406.861,81

Con base en la proyección anterior del PyG 2.016 se puede concluir que la utilidad del ejercicio sigue siendo negativa.

Ver anexo E. PyG 2.015 – Proyección 2.016.

5.3 RECOMENDACIONES ÁREA DE COMPRAS

Acorde con todas las proyecciones presentadas en los capítulos anteriores se hacen las siguientes recomendaciones.

- Hacer negociaciones con proveedores para lograr obtener beneficios monetarios por pronto pago ya que los insumos necesarios para la fabricación de productos ya está calculada y proyectada para el siguiente año.
- Lograr que los proveedores puedan trabajar de forma mucho más programada y premeditada haciendo programas trimestrales o semestrales de consumos de materia prima, evitando retrasos en las entregas.
- Hacer convenios de descuentos por escalas de volumen a la hora de hacer compras.
- Esto puede ayudar a fortalecer las relaciones con los proveedores buscando alianzas mucho más cercanas, donde se pueda llegar a renegociar días de crédito o porcentajes de costo financiero.

6. INDICADORES DE GESTION

Para hacer seguimiento a los planes propuestos en los capítulos anteriores, se definirán una serie de indicadores de gestión que permitirán entender el real desempeño de área relevante para la organización como son: área de producción, comercial (ventas) y el área financiera.

Para el área de producción se definirán los siguientes indicadores:

- Programado Vs Ejecutado: Este indicador permitirá entender la eficiencia de la producción y el cumplimiento de metas estipuladas.
- Programado Vs Producido: Este indicador te permite controlar el exceso de productos en inventario.

Para el área comercial (ventas) se definirán el siguiente indicador:

- Presupuesto de ventas Vs ventas reales: Este indicador permitirá entender que tan eficiente es el área de ventas estableciendo objetivo de volúmenes según las condiciones del mercado.

Para el área financiera se definirán los siguientes indicadores

- ROE:
- ROA:

La ejecución y revisión de estos indicadores debe ser revisada con una frecuencia bimestral, con el fin de hacer un seguimiento continuo a los procesos ejecutados basados en el plan estratégico propuesto en los capítulos anteriores.

7. SISTEMA DE INFORMACION INTEGRAL

7.1 IDENTIFICACIÓN DE NECESIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN

Creaciones Kamuchy LTDA siendo una compañía textilera que se encuentra ejerciendo en el mercado desde el año de 1.992 hay ido acaparando el mercado poco a poco, convirtiéndose en una marca importante a la hora de hablar de ropa de cama y accesorios para el hogar.

Los procesos de manufactura de la compañía han ido avanzado notoriamente por lo tanto sus procesos productivos y administrativos han ido creciendo y volviéndose más especiales.

Actualmente la compañía cuenta con un programa contable llamado Helissa, el cual no es que sea un software de baja calidad, pero si es un sistema muy pequeño para la envergadura de Kamuchy, donde ya se hace necesario un sistema integral donde se pueda controlar absolutamente todo su proceso desde el proceso productivo hasta la entrega final del producto.

Facilitando la supervisión a nivel Gerencial de toda la compañía ya que todos los procesos tanto administrativos como operativos pueden ser ejecutados y controlados. Esto mejorará de forma sustancial todos los procedimientos a nivel general de la compañía volviéndolos más confiables y eficientes.

7.2 ANÁLISIS DE PROVEEDORES Y PROPUESTAS DE DIFERENTES SISTEMAS DE INFORMACIÓN

En el mercado hay diferentes proveedores tanto internacionales como nacionales de este tipo de software especializado que se acoplan a compañías de diferentes actividades, como compañías prestadoras de servicios, distribuidoras y manufactureras.

Estos son los proveedores que se analizaron:

- Siigo
- Sap
- Ofimatica
- Word Office
- Factory

De todos los proveedores anteriores el más acorde con la actividad de la compañía es el proveedor Factory que es un software de origen nacional que se especializa en empresas manufactureras y posee todas las herramientas necesarias para controlar la compañía en todas sus áreas administrativas y operativas.

7.3 RECOMENDACIONES

- Es de gran importancia crear un método de capacitación y seguimiento para todos los empleados que vayan a interactuar con este sistema, ya que todas las operaciones ejecutadas terminarán reflejadas en el área contable.
- Contar con sistema de back up de información que sea físico y sea digital (nube) con el fin de tener toda la información corporativa a salvaguardada.
- Contar con soporte técnico personal y virtual por parte de la compañía proveedora del software con el fin de evitar traspiés a la hora de ejecutar procesos.
- Los super usuarios (administradores) deben de tener siempre una persona plan b para no sufrir paros inesperados en la operación del software.
- El área contable de la compañía debe hacer un monitoreo muy minucioso durante los primeros días de ejecución del software, porque todas las operaciones ejecutadas se verán reflejadas en la suite de contabilidad y esta información debe ser completamente verídica y confiable.

8. CONCLUSIONES

- ✓ En este plan estratégico se puede observar que las tres áreas involucradas, logran alinearse a la hora de planear y proyectar las operaciones de la compañía Creaciones Kamuchy LTDA, arrojando como resultado una serie de herramientas que mejorará de forma notable la operación a nivel global.
- ✓ Cabe resaltar también que con estas herramientas la compañía mejorará su relación Kamuchy – proveedor ya que cuenta con previo análisis de sus operaciones y podrá trabajar de manera mucho más premeditada y planeada con todos los proveedores de insumos necesarios para la manufactura de sus productos.
- ✓ Es importante resaltar también que producción cuenta ahora con información que le ayudará a prepararse para las diferentes estacionalidades del año, donde podrá planear datos como capacidades productivas, consumos de materia prima, control mucho más riguroso a la hora de producir buscando reducir al máximo el desperdicio y cumplir a cabalidad con los tiempos de entrega pactados con los clientes.
- ✓ Para el área financiera todas estas proyecciones le permitirán buscar estrategias que les permitan responder con todas estas proyecciones de ventas, garantizando todos los recursos económicos sin necesidad de tener trabas a la hora de cumplir con los objetivos planteados.

9. RECOMENDACIONES

El plan estratégico para Creaciones Kamuchy recomienda.

- ✓ Que todos los responsables de cada área involucradas en el plan estratégico, o sea producción, comercial y financiera tengan una comunicación muy estrecha y clara para que la consecución de este plan sea lo más exitoso posible.
- ✓ Que la alta Gerencia este comprometida y abierta al cambio para así lograr exitosamente lo propuesto en este plan estratégico.
- ✓ Brindar capacitación a todos los colaboradores que tengan relación con estas áreas, con el fin de que este plan se vuelva un tema organizacional del que todos hagan parte importante y su desarrollo sea exitoso.
- ✓ Hacer uso de las herramientas digitales con las que cuenta ahora el mercado con el fin de optimizar de forma positiva los procesos organizacionales.

BIBLIOGRAFIA

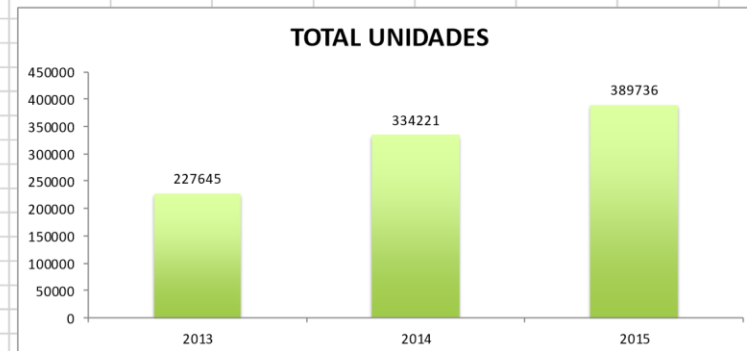
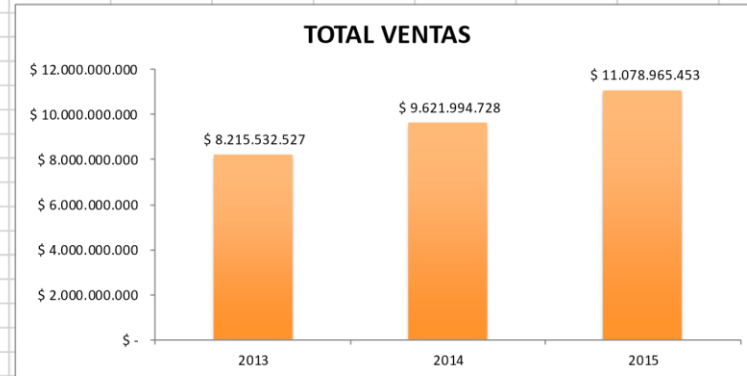
INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Trabajos Escritos:
Presentación y Referencias Bibliográficas. Sexta actualización Bogotá D.C. 2008.
NTC 1486 p. 1-36
INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Trabajos Escritos:
Presentación y Referencias Bibliográficas. Sexta actualización ed. Bogotá D.C 2008.
NTC 5613 p.1-33

ANEXOS

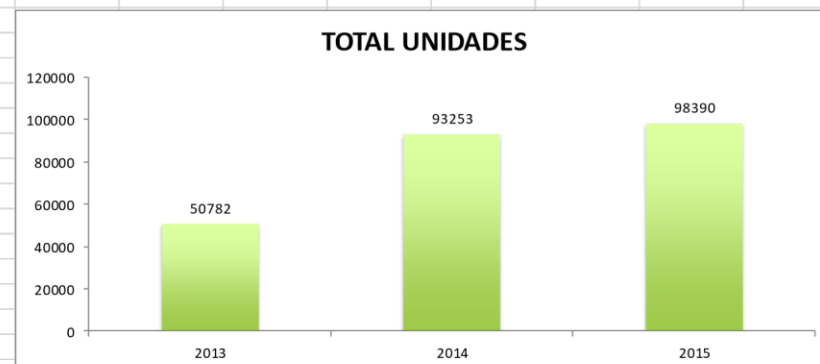
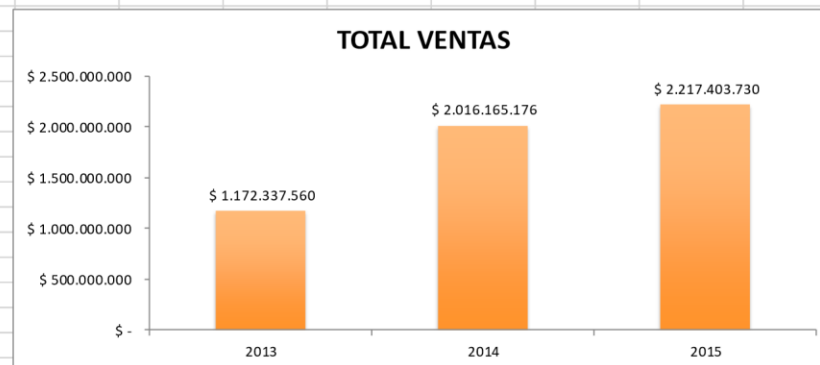
Anexo A. Ventas kamuchy

TOTAL VENTAS				
CLIENTE	(Todos)			
TEXTO DEL DOCUMENTO	(Varios elementos)			
MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO	\$	413.278.187	\$ 652.233.072	\$ 704.658.361
FEBRERO	\$	617.551.219	\$ 758.233.603	\$ 822.973.193
MARZO	\$	446.962.181	\$ 576.853.515	\$ 896.846.391
ABRIL	\$	695.727.374	\$ 688.379.462	\$ 972.266.287
MAYO	\$	526.452.391	\$ 723.531.675	\$ 756.938.400
JUNIO	\$	689.358.033	\$ 613.544.460	\$ 689.993.384
JULIO	\$	737.957.419	\$ 823.435.631	\$ 792.466.986
AGOSTO	\$	995.115.937	\$ 903.960.176	\$ 1.047.879.696
SEPTIEMBRE	\$	741.000.712	\$ 1.118.462.829	\$ 1.227.171.518
OCTUBRE	\$	887.595.350	\$ 1.037.503.887	\$ 1.052.595.632
NOVIEMBRE	\$	658.415.572	\$ 826.019.099	\$ 918.893.034
DICIEMBRE	\$	806.118.152	\$ 899.837.319	\$ 1.196.282.571
Total general	\$	8.215.532.527	\$ 9.621.994.728	\$ 11.078.965.453

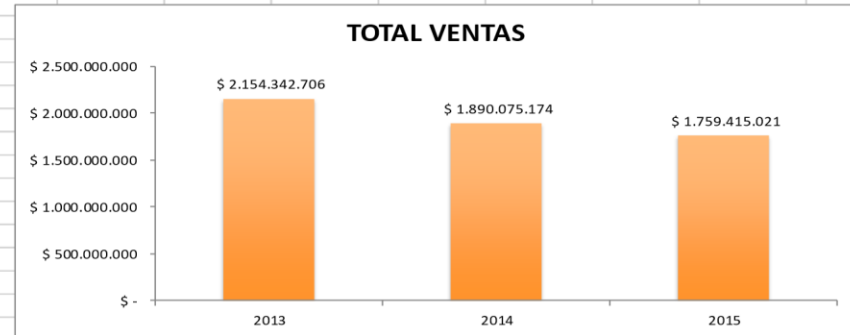
TOTAL UNIDADES				
CLIENTE	(Todos)			
TEXTO DEL DOCUMENTO	(Varios elementos)			
MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO		13821	22959	25692
FEBRERO		12925	18323	27929
MARZO		9614	13604	32378
ABRIL		15546	18693	27512
MAYO		10823	21565	23182
JUNIO		15213	17138	20650
JULIO		16287	27759	25286
AGOSTO		21477	29763	35737
SEPTIEMBRE		17196	57878	49976
OCTUBRE		54084	47161	54019
NOVIEMBRE		19035	29800	30966
DICIEMBRE		21624	29578	36409
Total general		227645	334221	389736



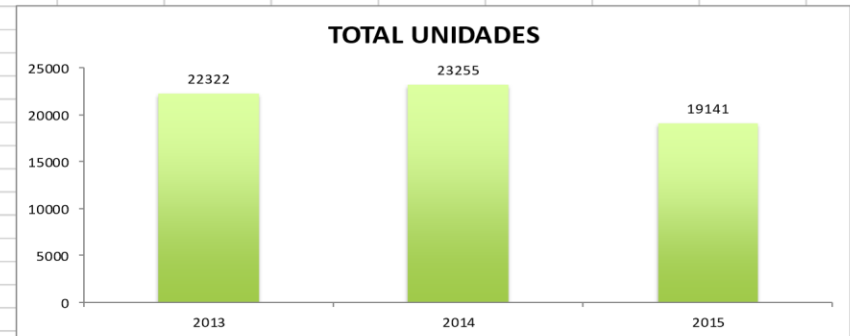
TOTAL VENTAS				
CLIENTE	(Varios elementos) <input type="text"/>			
TEXTO DEL DOCUMENTO	(Varios elementos) <input type="text"/>			
MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO	\$	73.063.290	\$ 53.826.900	\$ 41.354.000
FEBRERO	\$	37.075.000	\$ 50.088.400	\$ 75.248.550
MARZO	\$	86.350.280	\$ 93.649.500	\$ 168.188.330
ABRIL	\$	133.664.910	\$ 169.931.020	\$ 318.303.540
MAYO	\$	75.979.610	\$ 187.289.856	\$ 176.601.700
JUNIO	\$	48.067.800	\$ 144.403.550	\$ 88.386.500
JULIO	\$	129.294.600	\$ 229.631.150	\$ 193.741.200
AGOSTO	\$	210.877.000	\$ 355.656.950	\$ 287.703.060
SEPTIEMBRE	\$	56.721.420	\$ 163.973.200	\$ 109.473.900
OCTUBRE	\$	91.162.250	\$ 253.374.200	\$ 254.862.700
NOVIEMBRE	\$	120.548.100	\$ 201.101.900	\$ 213.440.950
DICIEMBRE	\$	109.533.300	\$ 113.238.550	\$ 290.099.300
Total general	\$	1.172.337.560	\$ 2.016.165.176	\$ 2.217.403.730
TOTAL UNIDADES				
CLIENTE	(Varios elementos) <input type="text"/>			
TEXTO DEL DOCUMENTO	(Varios elementos) <input type="text"/>			
MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO		3563	2789	2467
FEBRERO		1753	2708	4398
MARZO		3111	4094	7056
ABRIL		5543	6964	11192
MAYO		2747	8243	5278
JUNIO		3678	7253	3589
JULIO		5355	8300	8055
AGOSTO		7395	13760	15461
SEPTIEMBRE		3367	7667	3954
OCTUBRE		5185	16591	18277
NOVIEMBRE		4984	10074	8584
DICIEMBRE		4101	4810	10079
Total general		50782	93253	98390



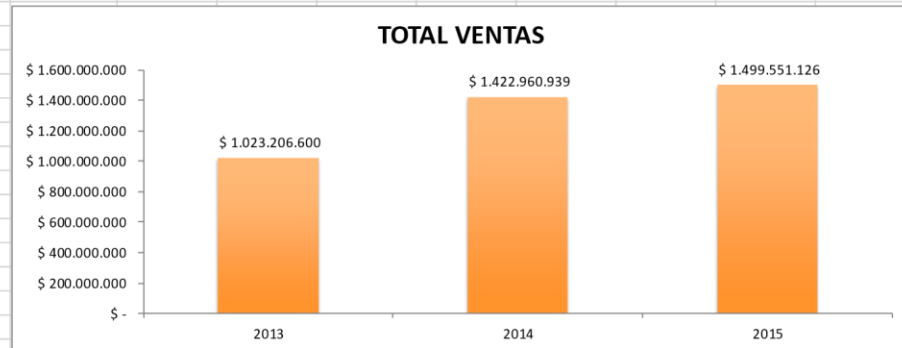
TOTAL VENTAS				
CLIENTE	MODANOVA SAS			
-	AÑO			
MES	2013	2014	2015	
ENERO	\$ 45.224.418	\$ 34.804.027	\$ 125.497.098	
FEBRERO	\$ 169.728.853	\$ 213.679.668	\$ 168.037.771	
MARZO	\$ 160.882.054	\$ 176.303.230	\$ 124.775.157	
ABRIL	\$ 158.916.817	\$ 145.720.375	\$ 114.793.839	
MAYO	\$ 149.969.075	\$ 174.649.337	\$ 119.073.686	
JUNIO	\$ 164.588.589	\$ 131.950.847	\$ 129.488.850	
JULIO	\$ 182.834.219	\$ 137.417.319	\$ 164.494.450	
AGOSTO	\$ 239.355.218	\$ 137.735.922	\$ 188.985.540	
SEPTIEMBRE	\$ 201.539.472	\$ 161.517.886	\$ 132.599.150	
OCTUBRE	\$ 185.411.364	\$ 140.724.341	\$ 100.585.500	
NOVIEMBRE	\$ 174.158.005	\$ 154.792.430	\$ 158.408.630	
DICIEMBRE	\$ 321.734.622	\$ 280.779.792	\$ 232.675.350	
Total general	\$ 2.154.342.706	\$ 1.890.075.174	\$ 1.759.415.021	



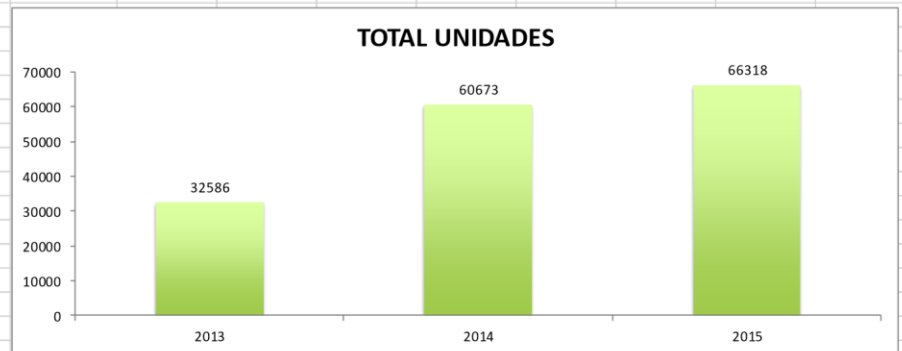
TOTAL UNIDADES				
CLIENTE	MODANOVA SAS			
-	AÑO			
MES	2013	2014	2015	
ENERO	1	442	1424	
FEBRERO	1997	2826	1893	
MARZO	1775	2240	1419	
ABRIL	1822	2085	1285	
MAYO	1831	2292	1275	
JUNIO	1984	1561	1447	
JULIO	2131	1601	1841	
AGOSTO	2510	1445	1966	
SEPTIEMBRE	1980	2154	1307	
OCTUBRE	2206	1690	1052	
NOVIEMBRE	2012	1760	1694	
DICIEMBRE	2073	3159	2538	
Total general	22322	23255	19141	



TOTAL VENTAS				
CLIENTE	(Varios elementos) <input type="text"/>			
-	AÑO			
MES	2013	2014	2015	
ENERO	\$ 86.933.716	\$ 181.557.659	\$ 127.994.480	
FEBRERO	\$ 147.456.498	\$ 157.437.179	\$ 194.663.876	
MARZO	\$ 69.291.747	\$ 46.337.367	\$ 146.412.485	
ABRIL	\$ 69.817.689	\$ 67.203.135	\$ 96.605.027	
MAYO	\$ 70.464.658	\$ 85.328.967	\$ 86.335.634	
JUNIO	\$ 78.620.440	\$ 73.393.326	\$ 51.414.268	
JULIO	\$ 61.742.343	\$ 182.346.101	\$ 134.833.582	
AGOSTO	\$ 108.362.948	\$ 156.145.090	\$ 107.266.602	
SEPTIEMBRE	\$ 63.803.822	\$ 99.805.371	\$ 113.115.898	
OCTUBRE	\$ 67.668.918	\$ 162.681.156	\$ 172.972.576	
NOVIEMBRE	\$ 89.297.628	\$ 125.849.589	\$ 157.317.442	
DICIEMBRE	\$ 109.746.193	\$ 84.875.999	\$ 110.619.256	
Total general	\$ 1.023.206.600	\$ 1.422.960.939	\$ 1.499.551.126	



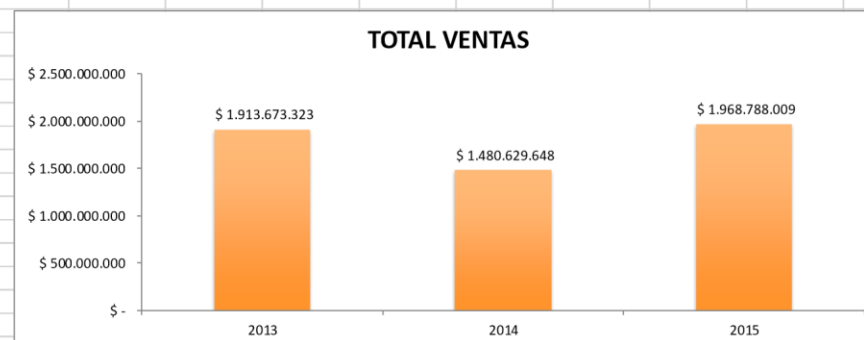
TOTAL UNIDADES				
CLIENTE	(Varios elementos) <input type="text"/>			
-	AÑO			
MES	2013	2014	2015	
ENERO	2478	4943	6253	
FEBRERO	3966	5059	8745	
MARZO	1714	1692	6487	
ABRIL	2034	2077	3732	
MAYO	1722	2739	3369	
JUNIO	3073	2960	2040	
JULIO	2282	9715	5575	
AGOSTO	3438	6961	4883	
SEPTIEMBRE	1908	4145	4249	
OCTUBRE	3042	11108	8019	
NOVIEMBRE	2646	5876	7952	
DICIEMBRE	4283	3398	5014	
Total general	32586	60673	66318	



TOTAL VENTAS

CLIENTE (Varios elementos)

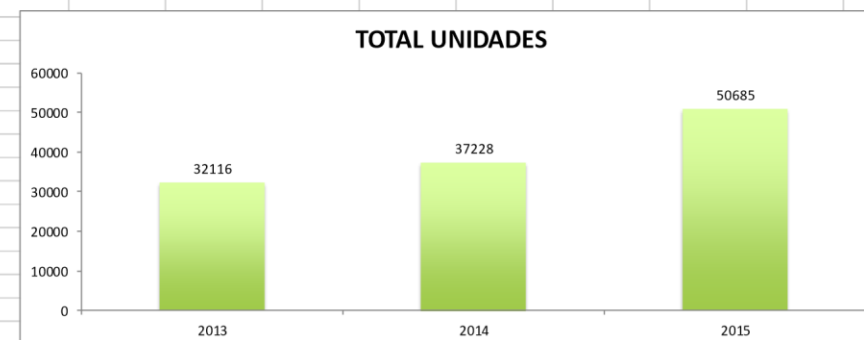
- MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO	\$	98.724.200	\$ 95.697.180	\$ 186.119.467
FEBRERO	\$	137.853.984	\$ 183.574.501	\$ 195.757.237
MARZO	\$	21.973.946	\$ 111.819.757	\$ 141.414.820
ABRIL	\$	125.765.903	\$ 95.711.160	\$ 186.628.225
MAYO	\$	104.896.445	\$ 55.780.443	\$ 176.630.850
JUNIO	\$	194.881.941	\$ 113.797.800	\$ 188.129.200
JULIO	\$	260.266.364	\$ 85.568.300	\$ 154.147.600
AGOSTO	\$	248.245.337	\$ 104.905.700	\$ 143.937.060
SEPTIEMBRE	\$	236.238.113	\$ 144.276.200	\$ 196.398.950
OCTUBRE	\$	109.104.990	\$ 274.978.660	\$ 79.828.400
NOVIEMBRE	\$	149.898.406	\$ 92.128.547	\$ 119.904.900
DICIEMBRE	\$	225.823.694	\$ 122.391.400	\$ 199.891.300
Total general	\$	1.913.673.323	\$ 1.480.629.648	\$ 1.968.788.009




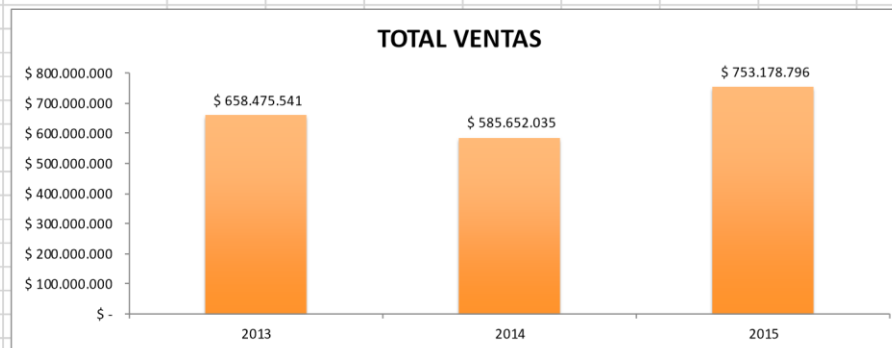
TOTAL UNIDADES


CLIENTE (Varios elementos)

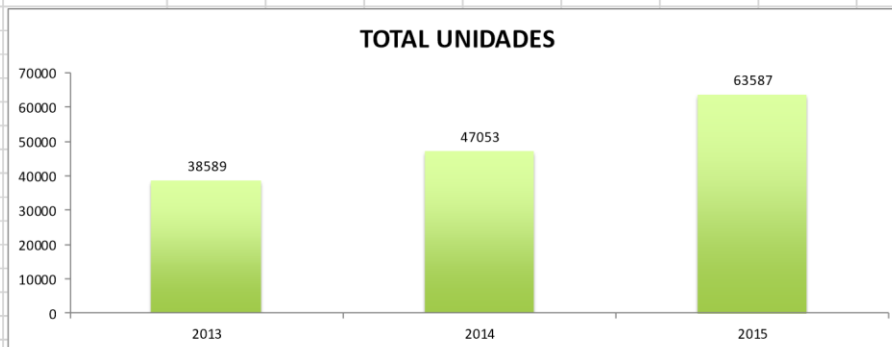
- MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO		1561	1819	5892
FEBRERO		2202	3124	6103
MARZO		369	1714	3092
ABRIL		1987	1800	4245
MAYO		1606	1209	6900
JUNIO		3303	2403	4751
JULIO		4645	1927	3608
AGOSTO		4212	3157	3055
SEPTIEMBRE		4129	5387	3638
OCTUBRE		1591	7660	1738
NOVIEMBRE		2731	2885	2995
DICIEMBRE		3780	4143	4668
Total general		32116	37228	50685



TOTAL VENTAS				
CLIENTE	(Varios elementos) 			
- MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO	\$	24.025.479	\$ 14.541.548	
FEBRERO	\$	24.648.971	\$ 15.932.512	\$ 70.082.000
MARZO	\$	32.140.436	\$ 18.612.581	\$ 87.447.996
ABRIL	\$	78.811.526	\$ 54.234.888	\$ 13.656.000
MAYO	\$	32.449.355	\$ 69.122.787	\$ 13.032.000
JUNIO	\$	65.926.578		\$ 27.021.000
JULIO	\$	24.091.177	\$ 63.114.830	\$ 60.032.000
AGOSTO	\$	19.949.163	\$ 23.921.298	\$ 14.869.000
SEPTIEMBRE	\$	14.267.111	\$ 264.118.200	\$ 249.090.800
OCTUBRE	\$	292.653.364	\$ 19.304.968	\$ 82.979.000
NOVIEMBRE	\$	22.507.063	\$ 10.254.423	\$ 52.973.000
DICIEMBRE	\$	27.005.318	\$ 32.494.000	\$ 81.996.000
Total general	\$	658.475.541	\$ 585.652.035	\$ 753.178.796



TOTAL UNIDADES				
CLIENTE	(Varios elementos) 			
- MES	AÑO	2013	2014	2015
ENERO		652	620	
FEBRERO		667	662	4297
MARZO		881	633	7044
ABRIL		1665	2216	1138
MAYO		901	2987	1086
JUNIO		926		2100
JULIO		477	3213	4367
AGOSTO		763	1466	1134
SEPTIEMBRE		662	30700	26539
OCTUBRE		28747	1139	6644
NOVIEMBRE		1089	765	3437
DICIEMBRE		1159	2652	5801
Total general		38589	47053	63587



Anexo B. Proyección ventas 2016

	20.13			2014				2015				2016			
	Ventas	Part.Ppal al Clientes	Part. Total Vts	Ventas	Part.Ppal al Clientes	Part. Total Vts	Crecimi ento	Ventas	Part.Ppal Clientes	Part. Total Vts	Crecimi ento	Ventas	Part.Ppal Clientes	Part. Total al Vts	Crecimi ento
ALKOST O	1.172.33 7.560	17%	14%	2.016.16 5.176	27%	21%	42%	2.217.403 .730	27%	20%	9%	2.562.030 .804	27%	20 %	13%
SPRING	1.913.67 3.323	28%	23%	1.480.62 9.648	20%	15%	-29%	1.968.788 .009	24%	18%	25%	2.274.775 .431	24%	18 %	13%
BRISSA	2.154.34 2.706	31%	26%	1.890.07 5.174	26%	20%	-14%	1.759.415 .021	21%	16%	-7%	2.032.861 .864	21%	16 %	13%
SENTRY ALMACE NES	1.023.20 6.600	15%	12%	1.422.96 0.939	19%	15%	28%	1.499.551 .126	18%	14%	5%	1.732.610 .135	18%	14 %	13%
ÉXITO	658.475. 541	10%	8%	585.652. 035	8%	6%	-12%	753.178.7 96	9%	7%	22%	870.237.2 28	9%	7%	13%
TOTAL PPAL CLIENT ES	6.922.03 5.730			7.395.48 2.972			6%	8.198.336 .682			10%	9.472.515 .462			13%
TOTAL COMPA ÑÍA	8.215.53 2.527			9.621.99 4.728			14,6%	11.078.96 5.453			13,2%	12.630.02 0.617			14,0%
Part. Clientes Claves	84%			77%				74%				75%			
	ENERO	FEBRE RO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM BRE	OCTUBR E	NOVIEM BRE	DICIEMB RE	TOTAL		
Part. Vts Mes	5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%			
ALKOST O	128.881. 657	192.584 .624	139.386 .080	216.964. 020	164.175 .267	214.977 .728	230.133. 547	310.328.9 62	231.082. 604	276.798. 445	205.328. 257	251.389.6 12	2.562.03 0.804		
SPRING	114.431. 422	170.992 .000	123.758 .087	192.637. 973	145.767 .905	190.874 .385	204.330. 930	275.534.8 21	205.173. 579	245.763. 752	182.306. 815	223.203.7 62	2.274.77 5.431		
BRISSA	102.262. 083	152.807 .663	110.596 .893	172.151. 670	130.266 .052	170.575 .632	182.601. 127	246.232.7 59	183.354. 163	219.627. 727	162.919. 190	199.466.9 05	2.032.86 1.864		
SENTRY	87.158.0 72	130.238 .119	94.261. 839	146.725. 035	111.025 .882	145.381 .777	155.631. 117	209.864.4 19	156.272. 931	187.188. 925	138.856. 184	170.005.8 37	1.732.61 0.135		

ALKOSTO	COSTO	UNDS 2.015	UNDS 14%
ALMOHADA SOUND LIFE X 2	23.500	7930	9040,2
PROTECTOR DE COLCHON MICROFI TERMOFIJ DB	21.200	6179	7044,06
NEW INTELLIGENT PILLOW 70 X 50	22.350	5378	6130,92
COMFORTER FLEECE/MICROF DB + PROT COL DB	55.000	1720	1960,8
COMFORTER FLEECE OVEJE/MICROF TERMOFIQU	74.200	1138	1297,32
ALMOHADA SILICONADA OFERTA 70X50 FOR144	9.100	8246	9400,44
COMFORTER FLEECE OVEJ/MICROF TERMOFIJ DB	68.900	1121	1277,94
COMBO ALMOHADA 60X40 ESTAMP / UNIC	11.800	6324	7209,36
COMBO COMFORTER 8 PCZ KLINE DB	52.000	1279	1458,06
ALMOHADA	11.8	523	5965,

Anexo C. Proyectado 2016 Unidades- Costos

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTO ANUAL	5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
\$ 212.444.700,0	\$ 10.686.922,6	\$ 15.969.200,2	\$ 11.557.953,9	\$ 17.990.750,2	\$ 13.613.484,0	\$ 17.826.046,0	\$ 19.082.773,0	\$ 25.732.611,5	\$ 19.161.469,3	\$ 22.952.246,5	\$ 17.025.907,7	\$ 20.845.335,2
\$ 149.334.072,0	\$ 7.512.174,6	\$ 11.225.253,9	\$ 8.124.449,9	\$ 12.646.265,0	\$ 9.569.346,7	\$ 12.530.489,3	\$ 13.413.882,3	\$ 18.088.263,2	\$ 13.469.200,4	\$ 16.133.857,1	\$ 11.968.046,9	\$ 14.652.842,7
\$ 137.026.062,0	\$ 6.893.026,4	\$ 10.300.076,3	\$ 7.454.838,4	\$ 11.603.968,7	\$ 8.780.647,8	\$ 11.497.735,1	\$ 12.308.319,5	\$ 16.597.441,2	\$ 12.359.078,3	\$ 14.804.115,9	\$ 10.981.648,8	\$ 13.445.165,7
\$ 107.844.000,0	\$ 5.425.037,6	\$ 8.106.497,5	\$ 5.867.202,1	\$ 9.132.703,5	\$ 6.910.657,5	\$ 9.049.094,2	\$ 9.687.050,7	\$ 13.062.730,0	\$ 9.726.999,5	\$ 11.651.324,2	\$ 8.642.917,4	\$ 10.581.785,9
\$ 96.261.144,0	\$ 4.842.367,9	\$ 7.235.828,8	\$ 5.237.042,2	\$ 8.151.816,4	\$ 6.168.426,6	\$ 8.077.187,0	\$ 8.646.624,6	\$ 11.659.743,1	\$ 8.682.282,7	\$ 10.399.927,6	\$ 7.714.635,2	\$ 9.445.261,8
\$ 85.544.004,0	\$ 4.303.247,6	\$ 6.430.234,9	\$ 4.653.981,3	\$ 7.244.241,9	\$ 5.481.670,9	\$ 7.177.921,4	\$ 7.683.961,1	\$ 10.361.617,0	\$ 7.715.649,3	\$ 9.242.061,9	\$ 6.855.733,8	\$ 8.393.682,8
\$ 88.050.066,0	\$ 4.429.313,8	\$ 6.618.612,4	\$ 4.790.322,4	\$ 7.456.466,3	\$ 5.642.259,7	\$ 7.388.202,8	\$ 7.909.067,3	\$ 10.665.166,7	\$ 7.941.683,8	\$ 9.512.813,6	\$ 7.056.576,6	\$ 8.639.580,7
\$ 85.070.448,0	\$ 4.279.425,6	\$ 6.394.638,3	\$ 4.628.217,7	\$ 7.204.139,1	\$ 5.451.325,4	\$ 7.138.185,7	\$ 7.641.424,1	\$ 10.304.257,0	\$ 7.672.936,9	\$ 9.190.899,5	\$ 6.817.781,7	\$ 8.347.216,9
\$ 75.819.120,0	\$ 3.814.042,3	\$ 5.699.227,6	\$ 4.124.903,5	\$ 6.420.696,1	\$ 4.858.499,1	\$ 6.361.915,0	\$ 6.810.426,7	\$ 9.183.679,1	\$ 6.838.512,5	\$ 8.191.398,2	\$ 6.076.354,6	\$ 7.439.465,3
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

SILICONAD A KASA FORR 180H 70X50	00	3	62		70.394.31 6,0	3.541.15 0,3	5.291.45 2,0	3.829.76 9,6	5.961.29 9,8	4.510.87 6,9	5.906.72 4,5	6.323.14 5,5	8.526.59 3,4	6.349.221 ,8	7.605.30 9,5	5.641.59 5,8	6.907.17 6,8
				TOTA LES	\$ 1.107.787. 932,0	\$ 55.726.7 08,7	\$ 83.271.0 21,8	\$ 60.268.6 81,1	\$ 93.812.3 47,1	\$ 70.987.1 94,5	\$ 92.953.5 00,9	\$ 99.506.6 74,8	\$ 134.182. 102,3	\$ 99.917.03 4,4	\$ 119.683. 954,0	\$ 88.781.1 98,6	\$ 108.697. 513,8
MODANOV A - BRISSA	VEN TA	UN DS 2.01 5	UNDS 14%		COSTO ANUAL												
PLUMON DURALIFE GRUESO DOBLE	151. 000	717	817,3 8		\$ 123.424.3 80,0	\$ 6.208.80 0,7	\$ 9.277.65 5,0	\$ 6.714.84 5,3	\$ 10.452.1 18,5	\$ 7.909.05 0,3	\$ 10.356.4 30,0	\$ 11.086.5 53,0	\$ 14.949.9 21,6	\$ 11.132.27 3,3	\$ 13.334.6 08,0	\$ 9.891.57 2,3	\$ 12.110.5 51,9
PLUMON DURALIFE GRUESO QUEEN	162. 000	652	743,2 8		\$ 120.411.3 60,0	\$ 6.057.23 2,2	\$ 9.051.17 0,1	\$ 6.550.92 3,4	\$ 10.196.9 62,8	\$ 7.715.97 5,6	\$ 10.103.6 10,2	\$ 10.815.9 09,5	\$ 14.584.9 66,1	\$ 10.860.51 3,7	\$ 13.009.0 85,3	\$ 9.650.10 0,5	\$ 11.814.9 10,7
PLUMON DURALIFE GRUESO KING	190. 000	393	448,0 2		\$ 85.123.80 0,0	\$ 4.282.10 9,5	\$ 6.398.64 8,7	\$ 4.631.12 0,3	\$ 7.208.65 7,2	\$ 5.454.74 4,2	\$ 7.142.66 2,4	\$ 7.646.21 6,4	\$ 10.310.7 19,3	\$ 7.677.749 ,0	\$ 9.196.66 3,6	\$ 6.822.05 7,5	\$ 8.352.45 1,9
JUEGO CAMA RAYA SATIN DOBLE	134. 000	519	591,6 6		\$ 79.282.44 0,0	\$ 3.988.26 2,8	\$ 5.959.56 1,0	\$ 4.313.32 3,8	\$ 6.713.98 5,2	\$ 5.080.42 9,0	\$ 6.652.51 9,1	\$ 7.121.51 8,2	\$ 9.603.17 7,8	\$ 7.150.887 ,0	\$ 8.565.57 0,7	\$ 6.353.91 4,7	\$ 7.779.29 0,5
JUEGO CAMA BEIGE RAYA DOBLE	134. 000	477	543,7 8		\$ 72.866.52 0,0	\$ 3.665.51 3,2	\$ 5.477.28 4,4	\$ 3.964.26 8,7	\$ 6.170.65 6,9	\$ 4.669.29 6,1	\$ 6.114.16 4,9	\$ 6.545.21 0,4	\$ 8.826.04 2,0	\$ 6.572.202 ,5	\$ 7.872.40 3,2	\$ 5.839.72 5,1	\$ 7.149.75 2,5
PLUMON DURALIFE GRUESO SENCILLO	124. 000	478	544,9 2		\$ 67.570.08 0,0	\$ 3.399.07 8,5	\$ 5.079.15 7,7	\$ 3.676.11 8,4	\$ 5.722.13 1,1	\$ 4.329.89 9,5	\$ 5.669.74 5,4	\$ 6.069.45 9,5	\$ 8.184.50 4,6	\$ 6.094.489 ,6	\$ 7.300.18 2,7	\$ 5.415.25 3,7	\$ 6.630.05 9,3
JUEGO CAMA RAYA SATIN QUEEN	142. 000	391	445,7 4		\$ 63.295.08 0,0	\$ 3.184.02 6,8	\$ 4.757.81 1,3	\$ 3.443.53 9,0	\$ 5.360.10 5,3	\$ 4.055.95 6,9	\$ 5.311.03 3,9	\$ 5.685.45 9,1	\$ 7.666.69 0,2	\$ 5.708.905 ,6	\$ 6.838.31 7,4	\$ 5.072.64 3,3	\$ 6.210.59 1,1
JUEGO CAMA BEIGE RAYA QUEEN	142. 000	341	388,7 4		\$ 55.201.08 0,0	\$ 2.776.86 2,3	\$ 4.149.39 5,6	\$ 3.003.18 8,8	\$ 4.674.66 9,9	\$ 3.537.29 2,4	\$ 4.631.87 3,6	\$ 4.958.41 8,3	\$ 6.686.29 5,0	\$ 4.978.866 ,5	\$ 5.963.85 2,2	\$ 4.423.96 7,7	\$ 5.416.39 7,8
JUEGO CAMA RAYA SATIN KING	162. 000	299	340,8 6		\$ 55.219.32 0,0	\$ 2.777.77 9,8	\$ 4.150.76 6,6	\$ 3.004.18 1,1	\$ 4.676.21 4,5	\$ 3.538.46 1,2	\$ 4.633.40 4,1	\$ 4.960.05 6,7	\$ 6.688.50 4,4	\$ 4.980.511 ,6	\$ 5.965.82 2,8	\$ 4.425.42 9,5	\$ 5.418.18 7,6
JUEGO CAMA	162. 000	249	283,8 6		\$ 45.985.32	\$ 2.313.26	\$ 3.456.65	\$ 2.501.80	\$ 3.894.23	\$ 2.946.74	\$ 3.858.58	\$ 4.130.61	\$ 5.570.02	\$ 4.147.650	\$ 4.968.19	\$ 3.685.39	\$ 4.512.13

BEIGE RAYA KING					0,0	8,1	8,5	9,7	8,8	5,3	7,3	5,8	5,4	,2	3,6	1,1	6,1
					\$ 768.379.380,0	\$ 38.652.934,1	\$ 57.758.108,9	\$ 41.803.318,6	\$ 65.069.740,3	\$ 49.237.850,4	\$ 64.474.030,9	\$ 69.019.416,8	\$ 93.070.846,5	\$ 69.304.048,9	\$ 83.014.699,6	\$ 61.580.055,5	\$ 75.394.329,4
MECANELE CTRO - SENTRY	VEN TA	UN DS 2.015	UN DS 14%		COSTO ANUAL												
COMBO COJIN MICROFIBRA 45X45	9.500	13303	15165,42		\$ 144.071.490,0	\$ 7.247.443,1	\$ 10.829.672,2	\$ 7.838.141,6	\$ 12.200.606,5	\$ 9.232.119,8	\$ 12.088.910,7	\$ 12.941.172,7	\$ 17.450.826,9	\$ 12.994.541,3	\$ 15.565.294,7	\$ 11.546.289,0	\$ 14.136.471,7
COMBO COJIN MICROFIBRA SOFT 70 X 80	17.200	3366	3837,24		\$ 66.000.528,0	\$ 3.320.123,0	\$ 4.961.176,5	\$ 3.590.727,7	\$ 5.589.214,6	\$ 4.229.322,4	\$ 5.538.045,6	\$ 5.928.475,0	\$ 7.994.390,8	\$ 5.952.923,7	\$ 7.130.610,4	\$ 5.289.465,4	\$ 6.476.053,0
ALMOHADA SILICONADA PAQ X 2 RAYA 70X50	26.000	3435	3915,9		\$ 101.813.400,0	\$ 5.121.671,3	\$ 7.653.184,9	\$ 5.539.110,1	\$ 8.622.005,8	\$ 6.524.215,9	\$ 8.543.071,9	\$ 9.145.354,1	\$ 12.332.266,5	\$ 9.183.069,0	\$ 10.999.786,1	\$ 8.159.608,4	\$ 9.990.056,0
NEW INTELLIGENT PILLOW 70 X 50	22.350	1651	1882,14		\$ 42.065.829,0	\$ 2.116.100,1	\$ 3.162.035,3	\$ 2.288.571,6	\$ 3.562.319,1	\$ 2.695.583,8	\$ 3.529.706,3	\$ 3.778.548,8	\$ 5.095.272,5	\$ 3.794.131,3	\$ 4.544.736,9	\$ 3.371.272,3	\$ 4.127.550,9
COMBO COBIJA FLEECE GEOMETRICA	14.500	2014	2295,96		\$ 33.291.420,0	\$ 1.674.708,0	\$ 2.502.474,1	\$ 1.811.204,0	\$ 2.819.263,6	\$ 2.133.318,5	\$ 2.793.453,5	\$ 2.990.390,5	\$ 4.032.462,0	\$ 3.002.722,7	\$ 3.596.761,3	\$ 2.668.066,8	\$ 3.266.595,1
PROTECTOR DE COLCHON MICROFIBRA TERMOFIBRADA	22.000	1268	1445,52		\$ 31.801.440,0	\$ 1.599.755,3	\$ 2.390.474,1	\$ 1.730.142,4	\$ 2.693.085,6	\$ 2.037.840,4	\$ 2.668.430,6	\$ 2.856.553,5	\$ 3.851.986,4	\$ 2.868.333,8	\$ 3.435.785,8	\$ 2.548.655,6	\$ 3.120.396,4
PLUMON SINTETICO RELAX DOBLE	40.000	668	761,52		\$ 30.460.800,0	\$ 1.532.315,1	\$ 2.289.699,9	\$ 1.657.205,5	\$ 2.579.554,3	\$ 1.951.932,0	\$ 2.555.938,7	\$ 2.736.131,0	\$ 3.689.599,8	\$ 2.747.414,7	\$ 3.290.944,8	\$ 2.441.213,0	\$ 2.988.851,1
COMBO COBIJA FLEECE KISS	14.500	1730	1972,2		\$ 28.596.900,0	\$ 1.438.552,5	\$ 2.149.592,9	\$ 1.555.800,9	\$ 2.421.711,1	\$ 1.832.493,1	\$ 2.399.540,5	\$ 2.568.706,8	\$ 3.463.832,8	\$ 2.579.300,0	\$ 3.089.571,5	\$ 2.291.834,9	\$ 2.805.963,0
COMBO COBIJA FLEECE TRIANGULAR	14.500	1569	1788,66		\$ 25.935.570,0	\$ 1.304.675,7	\$ 1.949.544,1	\$ 1.411.012,5	\$ 2.196.338,0	\$ 1.661.954,7	\$ 2.176.230,6	\$ 2.329.653,8	\$ 3.141.476,1	\$ 2.339.261,1	\$ 2.802.044,9	\$ 2.078.548,5	\$ 2.544.830,0
COMFORTER ESTAM	60.000	305	347,7		\$ 20.862.000	\$ 1.049.455	\$ 1.568.175	\$ 1.134.985	\$ 1.766.685	\$ 1.336.835	\$ 1.750.515	\$ 1.873.925	\$ 2.526.935	\$ 1.881.650	\$ 2.253.905	\$ 1.671.935	\$ 2.047.005

BEIGE RAYA KING					0,0	8,1	8,5	9,7	8,8	5,3	7,3	5,8	5,4	,2	3,6	1,1	6,1
					\$ 768.379.380,0	\$ 38.652.934,1	\$ 57.758.108,9	\$ 41.803.318,6	\$ 65.069.740,3	\$ 49.237.850,4	\$ 64.474.030,9	\$ 69.019.416,8	\$ 93.070.846,5	\$ 69.304.048,9	\$ 83.014.699,6	\$ 61.580.055,5	\$ 75.394.329,4
MECANELE CTRO - SENTRY	VENTA	UNDS 2.015	UNDS 14%		COSTO ANUAL												
COMBO COJIN MICROFIBRA 45X45	9.500	13303	15165,42		\$ 144.071.490,0	\$ 7.247.443,1	\$ 10.829.672,2	\$ 7.838.141,6	\$ 12.200.606,5	\$ 9.232.119,8	\$ 12.088.910,7	\$ 12.941.172,7	\$ 17.450.826,9	\$ 12.994.541,3	\$ 15.565.294,7	\$ 11.546.289,0	\$ 14.136.471,7
COMBO COJIN MICROFIBRA SOFT 70 X 80	17.200	3366	3837,24		\$ 66.000.528,0	\$ 3.320.123,0	\$ 4.961.176,5	\$ 3.590.727,7	\$ 5.589.214,6	\$ 4.229.322,4	\$ 5.538.045,6	\$ 5.928.475,0	\$ 7.994.390,8	\$ 5.952.923,7	\$ 7.130.610,4	\$ 5.289.465,4	\$ 6.476.053,0
ALMOHADA SILICONADA PAQ X 2 RAYA 70X50	26.000	3435	3915,9		\$ 101.813.400,0	\$ 5.121.671,3	\$ 7.653.184,9	\$ 5.539.110,1	\$ 8.622.005,8	\$ 6.524.215,9	\$ 8.543.071,9	\$ 9.145.354,1	\$ 12.332.266,5	\$ 9.183.069,0	\$ 10.999.786,1	\$ 8.159.608,4	\$ 9.990.056,0
NEW INTELLIGENT PILLOW 70 X 50	22.350	1651	1882,14		\$ 42.065.829,0	\$ 2.116.100,1	\$ 3.162.035,3	\$ 2.288.571,6	\$ 3.562.319,1	\$ 2.695.583,8	\$ 3.529.706,3	\$ 3.778.548,8	\$ 5.095.272,5	\$ 3.794.131,3	\$ 4.544.736,9	\$ 3.371.272,3	\$ 4.127.550,9
COMBO COBIJA FLEECE GEOMETRICA	14.500	2014	2295,96		\$ 33.291.420,0	\$ 1.674.708,0	\$ 2.502.474,1	\$ 1.811.204,0	\$ 2.819.263,6	\$ 2.133.318,5	\$ 2.793.453,5	\$ 2.990.390,5	\$ 4.032.462,0	\$ 3.002.722,7	\$ 3.596.761,3	\$ 2.668.066,8	\$ 3.266.595,1
PROTECTOR DE COLCHON MICROFIBRA TERMOFIJDB	22.000	1268	1445,52		\$ 31.801.440,0	\$ 1.599.755,3	\$ 2.390.474,1	\$ 1.730.142,4	\$ 2.693.085,6	\$ 2.037.840,4	\$ 2.668.430,6	\$ 2.856.553,5	\$ 3.851.986,4	\$ 2.868.333,8	\$ 3.435.785,8	\$ 2.548.655,6	\$ 3.120.396,4
PLUMON SINTETICO RELAX DOBLE	40.000	668	761,52		\$ 30.460.800,0	\$ 1.532.315,1	\$ 2.289.699,9	\$ 1.657.205,5	\$ 2.579.554,3	\$ 1.951.932,0	\$ 2.555.938,7	\$ 2.736.131,0	\$ 3.689.599,8	\$ 2.747.414,7	\$ 3.290.944,8	\$ 2.441.213,0	\$ 2.988.851,1
COMBO COBIJA FLEECE KISS	14.500	1730	1972,2		\$ 28.596.900,0	\$ 1.438.552,5	\$ 2.149.592,9	\$ 1.555.800,9	\$ 2.421.711,1	\$ 1.832.493,1	\$ 2.399.540,5	\$ 2.568.706,8	\$ 3.463.832,8	\$ 2.579.300,0	\$ 3.089.571,5	\$ 2.291.834,9	\$ 2.805.963,0
COMBO COBIJA FLEECE TRIANGULAR	14.500	1569	1788,66		\$ 25.935.570,0	\$ 1.304.675,7	\$ 1.949.544,1	\$ 1.411.012,5	\$ 2.196.338,0	\$ 1.661.954,7	\$ 2.176.230,6	\$ 2.329.653,8	\$ 3.141.476,1	\$ 2.339.261,1	\$ 2.802.044,9	\$ 2.078.548,5	\$ 2.544.830,0
COMFORTE RESTAM	60.000	305	347,7		\$ 20.862.000,0	\$ 1.049.450,0	\$ 1.568.170,0	\$ 1.134.980,0	\$ 1.766.680,0	\$ 1.336.830,0	\$ 1.750.510,0	\$ 1.873.920,0	\$ 2.526.930,0	\$ 1.881.650,0	\$ 2.253.900,0	\$ 1.671.930,0	\$ 2.047.000,0

BEIGE RAYA KING				TOTAL LES	0,0	8,1	8,5	9,7	8,8	5,3	7,3	5,8	5,4	,2	3,6	1,1	6,1
					\$ 768.379.3 80,0	\$ 38.652.9 34,1	\$ 57.758.1 08,9	\$ 41.803.3 18,6	\$ 65.069.7 40,3	\$ 49.237.8 50,4	\$ 64.474.0 30,9	\$ 69.019.4 16,8	\$ 93.070.8 46,5	\$ 69.304.04 8,9	\$ 83.014.6 99,6	\$ 61.580.0 55,5	\$ 75.394.3 29,4
MECANELE CTRO - SENTRY	VEN TA	UN DS 2.01 5	UNDS 14%		COSTO ANUAL												
COMBO COJIN MICROFIBR A 45X45	9.50 0	133 03	15165 ,42		\$ 144.071.4 90,0	\$ 7.247.44 3,1	\$ 10.829.6 72,2	\$ 7.838.14 1,6	\$ 12.200.6 06,5	\$ 9.232.11 9,8	\$ 12.088.9 10,7	\$ 12.941.1 72,7	\$ 17.450.8 26,9	\$ 12.994.54 1,3	\$ 15.565.2 94,7	\$ 11.546.2 89,0	\$ 14.136.4 71,7
COMBO COJIN MICROFIBR A SOFT 70 X 80	17.2 00	336 6	3837, 24		\$ 66.000.52 8,0	\$ 3.320.12 3,0	\$ 4.961.17 6,5	\$ 3.590.72 7,7	\$ 5.589.21 4,6	\$ 4.229.32 2,4	\$ 5.538.04 5,6	\$ 5.928.47 5,0	\$ 7.994.39 0,8	\$ 5.952.923 ,7	\$ 7.130.61 0,4	\$ 5.289.46 5,4	\$ 6.476.05 3,0
ALMOHADA SILICONAD A PAQ X 2 RAYA 70X50	26.0 00	343 5	3915, 9		\$ 101.813.4 00,0	\$ 5.121.67 1,3	\$ 7.653.18 4,9	\$ 5.539.11 0,1	\$ 8.622.00 5,8	\$ 6.524.21 5,9	\$ 8.543.07 1,9	\$ 9.145.35 4,1	\$ 12.332.2 66,5	\$ 9.183.069 ,0	\$ 10.999.7 86,1	\$ 8.159.60 8,4	\$ 9.990.05 6,0
NEW INTELLIGE NT PILLOW 70 X 50	22.3 50	165 1	1882, 14		\$ 42.065.82 9,0	\$ 2.116.10 0,1	\$ 3.162.03 5,3	\$ 2.288.57 1,6	\$ 3.562.31 9,1	\$ 2.695.58 3,8	\$ 3.529.70 6,3	\$ 3.778.54 8,8	\$ 5.095.27 2,5	\$ 3.794.131 ,3	\$ 4.544.73 6,9	\$ 3.371.27 2,3	\$ 4.127.55 0,9
COMBO COBIJA FLEECE GEOMETRI CA	14.5 00	201 4	2295, 96		\$ 33.291.42 0,0	\$ 1.674.70 8,0	\$ 2.502.47 4,1	\$ 1.811.20 4,0	\$ 2.819.26 3,6	\$ 2.133.31 8,5	\$ 2.793.45 3,5	\$ 2.990.39 0,5	\$ 4.032.46 2,0	\$ 3.002.722 ,7	\$ 3.596.76 1,3	\$ 2.668.06 6,8	\$ 3.266.59 5,1
PROTECTO R DE COLCHON MICROFI TERMOFIJ DB	22.0 00	126 8	1445, 52		\$ 31.801.44 0,0	\$ 1.599.75 5,3	\$ 2.390.47 4,1	\$ 1.730.14 2,4	\$ 2.693.08 5,6	\$ 2.037.84 0,4	\$ 2.668.43 0,6	\$ 2.856.55 3,5	\$ 3.851.98 6,4	\$ 2.868.333 ,8	\$ 3.435.78 5,8	\$ 2.548.65 5,6	\$ 3.120.39 6,4
PLUMON SINTETICO RELAX DOBLE	40.0 00	668	761,5 2		\$ 30.460.80 0,0	\$ 1.532.31 5,1	\$ 2.289.69 9,9	\$ 1.657.20 5,5	\$ 2.579.55 4,3	\$ 1.951.93 2,0	\$ 2.555.93 8,7	\$ 2.736.13 1,0	\$ 3.689.59 9,8	\$ 2.747.414 ,7	\$ 3.290.94 4,8	\$ 2.441.21 3,0	\$ 2.988.85 1,1
COMBO COBIJA FLEECE KISS	14.5 00	173 0	1972, 2		\$ 28.596.90 0,0	\$ 1.438.55 2,5	\$ 2.149.59 2,9	\$ 1.555.80 0,9	\$ 2.421.71 1,1	\$ 1.832.49 3,1	\$ 2.399.54 0,5	\$ 2.568.70 6,8	\$ 3.463.83 2,8	\$ 2.579.300 ,0	\$ 3.089.57 1,5	\$ 2.291.83 4,9	\$ 2.805.96 3,0
COMBO COBIJA FLEECE TRIANGULA R	14.5 00	156 9	1788, 66		\$ 25.935.57 0,0	\$ 1.304.67 5,7	\$ 1.949.54 4,1	\$ 1.411.01 2,5	\$ 2.196.33 8,0	\$ 1.661.95 4,7	\$ 2.176.23 0,6	\$ 2.329.65 3,8	\$ 3.141.47 6,1	\$ 2.339.261 ,1	\$ 2.802.04 4,9	\$ 2.078.54 8,5	\$ 2.544.83 0,0
COMFORTE R ESTAM	60.0 00	305	347,7		\$ 20.862.00	\$ 1.049.45	\$ 1.568.17	\$ 1.134.98	\$ 1.766.68	\$ 1.336.83	\$ 1.750.51	\$ 1.873.92	\$ 2.526.93	\$ 1.881.650	\$ 2.253.90	\$ 1.671.93	\$ 2.047.00

Anexo D. Necesidad insumo Proyección

ALMOHADA	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD				CONSUMO PROYECTADO 2016							
		FIBRA KG	PLUMA KG	TELA M2	HILO MTRS	FIBRA KG	PLUMA KG	TELA M2	HILO MTRS				
ALMOHADA CERVICAL MUSICAL	6750			0,35	2,4	0	0	2362,5	16200				
ALMOHADA CONFORT DUO 70 X 50	1830	1,2		0,7	4,8	2196	0	1281	8784				
ALMOHADA DECORATIVA DIGITAL 70 X 50	1379	0,6		0,35	2,4	827,4	0	482,65	3309,6				
ALMOHADA DUO 70 X 50	6888	1,4		0,7	4,8	9643,2	0	4821,6	33062,4				
ALMOHADA FRESH GEL	6882			0,35	2,4	0	0	2408,7	16516,8				
ALMOHADA GOLD PILLOW 70X50	1268	0,6		0,35	2,4	760,8	0	443,8	3043,2				
ALMOHADA KAMURELAX PROMOCION 70*50	11275	0,55				6201,25	0	0	0				
ALMOHADA MICRO DOWN 70X50	1254	0,8		0,35	2,4	1003,2	0	438,9	3009,6				
ALMOHADA SILICONADA KASA FORR 180H 70X50	5233	0,6		0,35	2,4	3139,8	0	1831,55	12559,2				
ALMOHADA SILICONADA OFERTA 70X50 FOR144	8246	0,7		0,35	2,4	5772,2	0	2886,1	19790,4				
ALMOHADA SILICONADA PAQ X 2 RAYA 70X50	3435	1,3		0,7	4,8	4465,5	0	2404,5	16488				
ALMOHADA SOUND LIFE X 2	7930	1,6		0,7	4,8	12688	0	5551	38064				
COJIN CON APLIQUE MANUAL 45*45	1828	0,25		0,2	1,8	457	0	365,6	3290,4				
COJIN DIGITAL 50 X 50	1316	0,3		0,25	2	394,8	0	329	2632				
COJIN ECONOMICO NAVIDAD 45*45	10303	0,25		0,2	1,8	2575,75	0	2060,6	18545,4				
COMBO ALMOHADA 60X40 ESTAMP / UNIC	6324	1,1		0,48	4	6956,4	0	3035,52	25296				
COMBO ALMOHADA KAMURELAX 60*40	19675	1,1		0,48	4	21642,5	0	9444	78700				
COMBO ALMOHADA PLUMA GANSO 70*50	1943		1,4	0,7	4,8	0	2720,2	1360,1	9326,4				
COMBO COJIN MICROFIBRA 45X45	13303	0,4		0,4	3,6	5321,2	0	5321,2	47890,8				
COMBO COJIN MICROFIBRA SOFT 70 X 80	3366	2,2		1,12	8	7405,2	0	3769,92	26928				
NEW INTELLIGENT PILLOW 70 X 50	5378	0,9		0,35	2,4	4840,2	0	1882,3	12907,2				
NEW INTELLIGENT PILLOW 70 X 50	1651	0,9		0,35	2,4	1485,9	0	577,85	3962,4				
					TOTALES	97776,3	2720,2	53058,39	400305,8				
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
FIBRA KG	97776,3	4918,6	7349,7	5319,5	8280,1	6265,5	8204,3	8782,7	11843,3	8818,9	10563,6	7836,1	9593,9
PLUMA KG	2720,2	136,8	204,5	148,0	230,4	174,3	228,2	244,3	329,5	245,3	293,9	218,0	266,9
TELA M2	53058,39	2669,1	3988,3	2886,6	4493,2	3400,0	4452,1	4766,0	6426,8	4785,6	5732,4	4252,2	5206,2
HILO MTRS	400305,8	20137,2	30090,5	21778,4	33899,7	25651,6	33589,3	35957,3	48487,5	36105,6	43248,5	32081,6	39278,5

COBIJA	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD		CONSUMO PROYECTADO 2.016									
		TELA M2	HILO MTRS	TELA M2	HILO MTRS								
COMBO COBIJA FLEECE GEOMETRICA	2014	3,6	12,8	7250,4	25779,2								
COMBO COBIJA FLEECE KISS	1730	3,6	12,8	6228	22144								
COMBO COBIJA FLEECE TRIANGULAR	1569	3,6	12,8	5648,4	20083,2								
COMBO COBIJA NAVIDAD 1.20 X 1.50	2678	3,6	12,8	9640,8	34278,4								
			TOTALES	28767,6	102284,8								
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
TELA M2	28767,6	1447,1	2162,4	1565,1	2436,2	1843,4	2413,9	2584,0	3484,5	2594,7	3108,0	2305,5	2822,7
HILO MTRS	102284,8	5145,4	7688,6	5564,8	8661,9	6554,4	8582,6	9187,7	12389,4	9225,6	11050,7	8197,4	10036,3

CONFORTER	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD					CONSUMO PROYECTADO 2.016						
		TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	PORTALMOHADAS M2	HILO MTS	TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	PORTALMOHADAS M2	HILO MTS		
COMFORTER ESTAM 190H DB+JGO CAMA 190H DB	305	4,5	4,5	4,4	0,7	12,8	1372,5	1372,5	1342	213,5	3904		
COMFORTER FLEECE OVEJE/MICROF TERMOFIJ DB	1121	4,5	4,5	4,4	0,7	12,8	5044,5	5044,5	4932,4	784,7	14348,8		
COMFORTER FLEECE OVEJE/MICROF TERMOFI QU	1138	4,9	4,9	4,75	0,7	13,5	5576,2	5576,2	5405,5	796,6	15363		
COMFORTER FLEECE/MICROF DB + PROT COL DB	1720	4,5	4,5	4,4	0,7	12,8	7740	7740	7568	1204	22016		
COMBO COMFORTER 8 PCZ KLUNE DB	1279	4,5	4,5	4,4	0,7	12,8	5755,5	5755,5	5627,6	895,3	16371,2		
						TOTALES	25488,7	25488,7	24875,5	3894,1	72003		
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
TELA SUPERIOR M2	25488,7	1282,2	1916,0	1386,7	2158,5	1633,3	2138,7	2289,5	3087,3	2299,0	2753,8	2042,7	2501,0
TELA INFERIOR M2	25488,7	1282,2	1916,0	1386,7	2158,5	1633,3	2138,7	2289,5	3087,3	2299,0	2753,8	2042,7	2501,0
GUATA M2	24875,5	1251,3	1869,9	1353,3	2106,6	1594,0	2087,3	2234,4	3013,1	2243,6	2687,5	1993,6	2440,8
PORTALMOHADAS M2	3894,1	195,9	292,7	211,9	329,8	249,5	326,8	349,8	471,7	351,2	420,7	312,1	382,1
HILO MTRS	72003	3622,1	5412,4	3917,3	6097,5	4614,0	6041,7	6467,6	8721,4	6494,3	7779,1	5770,5	7065,0

JUEGO DE CAMA	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD		CONSUMO PROYECTADO 2.016									
		TELA M2	HILO MTR	TELA M2	HILO MTR								
JUEGO CAMA BEIGE RAYA DOBLE	477	10,8	20,5	5151,6	9778,5								
JUEGO CAMA BEIGE RAYA KING	249	13,9	24,8	3461,1	6175,2								
JUEGO CAMA BEIGE RAYA QUEEN	341	12,5	22,9	4262,5	7808,9								
JUEGO CAMA RAYA SATIN DOBLE	519	10,8	20,5	5605,2	10639,5								
JUEGO CAMA RAYA SATIN KING	299	13,9	24,8	4156,1	7415,2								
JUEGO CAMA RAYA SATIN QUEEN	391	12,5	22,9	4887,5	8953,9								
			TOTAL	27524	50771,2								
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
TELA M2	27524	1384,6	2068,9	1497,4	2330,9	1763,7	2309,5	2472,3	3333,9	2482,5	2973,7	2205,8	2700,7
HILO MTR	50771,2	2554,0	3816,4	2762,2	4299,5	3253,4	4260,2	4560,5	6149,7	4579,3	5485,3	4068,9	4981,7

PLUMON	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD				CONSUMO PROYECTADO 2.016							
		TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	HILO MTS	TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	HILO MTS				
PLUMON COMFORTLIFE 300GR DB	1246	4,3	4,3	4,4	12,8	5357,8	5357,8	5482,4	15948,8				
PLUMON DURALIFE GRUESO KING	393	5,3	5,3	5,2	14,3	2082,9	2082,9	2043,6	5619,9				
PLUMON DURALIFE GRUESO DOBLE	717	4,3	4,3	4,4	12,8	3083,1	3083,1	3154,8	9177,6				
PLUMON DURALIFE GRUESO QUEEN	652	4,7	4,7	4,6	13,5	3064,4	3064,4	2999,2	8802				
PLUMON DURALIFE GRUESO SENCILLO	478	3,2	3,2	3	9,5	1529,6	1529,6	1434	4541				
PLUMON SINTETICO RELAX DOBLE	668	4,3	4,3	4,4	12,8	2872,4	2872,4	2939,2	8550,4				
					TOTALES	17990,2	17990,2	18053,2	52639,7				
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
TELA SUPERIOR M2	17990,2	905,0	1352,3	978,7	1523,5	1152,8	1509,5	1616,0	2179,1	1622,6	1943,6	1441,8	1765,2
TELA INFERIOR M2	17990,2	905,0	1352,3	978,7	1523,5	1152,8	1509,5	1616,0	2179,1	1622,6	1943,6	1441,8	1765,2
GUATA M2	18053,2	908,2	1357,0	982,2	1528,8	1156,9	1514,8	1621,6	2186,7	1628,3	1950,4	1446,8	1771,4
HILO MTRS	52639,7	2648,0	3956,9	2863,8	4457,8	3373,2	4417,0	4728,3	6376,0	4747,8	5687,1	4218,7	5165,1

PROTECTOR	UNDS	CONSUMO POR UNIDAD						CONSUMO PROYECTADO 2.016					
		TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	BANDA MTRS	HILO MTRS	ELASTICO MTRS	TELA SUPERIOR M2	TELA INFERIOR M2	GUATA M2	BANDA MTRS	HILO MTRS	ELASTICO MTRS
PROTECTOR DE COLCHON MICROFI TERMOFII DB	6179	2,66	2,66	2,66	6,4	6,4	8,4	16436,14	16436,14	16436,14	39545,6	39545,6	51903,6
PROTECTOR DE COLCHON MICROFI TERMOFII DB	1268	2,66	2,66	2,66	6,4	6,4	8,4	3372,88	3372,88	3372,88	8115,2	8115,2	10651,2
PROTECTOR TERRY IMPERME DOBLE	5556	2,66	2,66	2,66	6,4	6,4	8,4	14778,96	14778,96	14778,96	35558,4	35558,4	46670,4
PROTECTOR TERRY IMPERME QUEEN	1880	2,94	2,94	2,94	7,2	7,2	9,2	5527,2	5527,2	5527,2	13536	13536	17296
PROTECTOR TERRY IMPERME SEMIDOBLE	2085	2,28	2,28	2,28	6,2	6,2	8,2	4753,8	4753,8	4753,8	12927	12927	17097
PROTECTOR TERRY IMPERME SENCILLO	2407	1,9	1,9	1,9	5,8	5,8	7,8	4573,3	4573,3	4573,3	13960,6	13960,6	18774,6
COMBO PROTECTOR DE ALMOHADA TERRY 70X50	2601	0,35	0,35	0,35	0	2,4	0	910,35	910,35	910,35	0	6242,4	0
							TOTALES	50352,63	50352,63	50352,63	123642,8	129885,2	162392,8
INSUMO	TOTAL 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		5%	8%	5%	8%	6%	8%	9%	12%	9%	11%	8%	10%
TELA SUPERIOR M2	50352,63	2533,0	3784,9	2739,4	4264,1	3226,6	4225,0	4522,9	6099,0	4541,6	5440,0	4035,4	4940,7
TELA INFERIOR M2	50352,63	2533,0	3784,9	2739,4	4264,1	3226,6	4225,0	4522,9	6099,0	4541,6	5440,0	4035,4	4940,7
GUATA M2	50353	2533,0	3785,0	2739,4	4264,1	3226,6	4225,1	4522,9	6099,1	4541,6	5440,1	4035,4	4940,7
BANDA MTRS	123642,8	6219,8	9294,1	6726,7	10470,6	7923,0	10374,8	11106,2	14976,4	11152,0	13358,2	9909,1	12132,0
HILO MTRS	129885	6533,8	9763,3	7066,3	10999,2	8323,0	10898,5	11666,9	15732,5	11715,0	14032,6	10409,3	12744,5
ELASTICO MTRS	162392,8	8169,1	12206,9	8834,9	13752,1	10406,2	13626,2	14586,9	19670,0	14647,0	17544,7	13014,6	15934,2

|